

**STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM  
PENGEMBANGAN PARIWISATA  
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

(Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**MOHAMAD BAGUS WIBOWO**  
**145030101111018**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**  
**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**  
**JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK**  
**MALANG**  
**2018**

## MOTTO

من سلك طريقا يلتمس فيه علم سهل الله به طريقا إلى الجنة. رواه مسلم

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga”

( H.R Muslim)

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”

**Albert Einstein**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan  
Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi (Studi pada Dinas  
Kebudayaan dan Pariwisata)

Disusun oleh : Mohamad Bagus Wibowo

NIM : 145030101111018

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Program Studi : Ilmu Administrasi Publik

Malang, 23 April 2018

Komisi Pembimbing

Ketua



Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS  
NIP. 19610905 198601 1 002

Anggota



Andhyka Muttakin, S.AP, M.PA  
NIP. 2011078504211000

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip oleh naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan serta daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia jika skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta proses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 23 April 2018  
Mahasiswa



Mohamad Bagus Wibowo  
NIM. 145030101111018

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu  
Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 15 Mei 2018  
Waktu : 11:00 – 12:00 WIB  
Skripsi Atas Nama : Mohamad Bagus Wibowo  
Judul : Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan  
Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pada Dinas  
Kebudayaan dan Pariwisata)

Dan dinyatakan LULUS

### MAJELIS PENGUJI

Ketua



Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS  
NIP. 196010905 198601 1 002

Anggota



Andhyka Muttakin, S.AP, MPA  
NIP. 2011078504211001

Anggota



Drs. Rivanto, M.Hum  
NIP. 19600430 198601 1 001

Anggota



Erlita Cahyasari, S.AP, M.AP  
NIP. 2011078607242001

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim dengan rahmat Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan ini saya persembahkan hasil karya ini untuk kedua orang tua tercinta. Bapak Makruf dan Ibu Homsatin. Kepada kedua orang tua yang selalu bekerja keras dalam menghidupi pendidikan anak-anaknya dan senantiasa berdo'a untuk kesuksesan anak-anaknya di dunia dan akhirat. Terimakasih juga buat adik saya, Rizki Indah S. yang selalu memberikan dukungan moril dalam penyelesaian skripsi ini.

Mohamad Bagus Wibowo, 2018. **STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN BANYUWANGI (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)**. Skripsi. Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. dan Andhyka Muttaqin, S.AP, M.PA. 174 hal + xix

---

## RINGKASAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang serius digarap oleh negara-negara di dunia dalam rangka mendorong perekonomian nasional. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, bahwa Pariwisata menjadi sektor potensial untuk dikembangkan dalam rangka merangsang pertumbuhan perekonomian. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata bahwa sebagai langkah untuk menarik wisatawan, pemerintah kabupaten berinisiatif menyelenggarakan *event-event* bertajuk pariwisata, sehingga para wisatawan akan tertarik untuk mencoba mendatangi destinasi wisata di Banyuwangi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman serta metode analisis SWOT yang dikemukakan oleh Fredi Rangkuti.

Dalam penelitian ini ditemukan permasalahan yang menyebabkan strategi yang telah dibentuk belum dapat berjalan secara optimal, diantaranya adalah kurangnya fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata, kurangnya tenaga ahli bahasa asing. Dengan melihat permasalahan yang ada ditemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di temukan empat strategi alternatif, antara lain : mengoptimalkan peran pemerintah daerah serta SDM untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan demi terwujudnya pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata dan jumlah tenaga ahli berbahasa asing, mengatur persaingan antar desa dalam penawaran produk wisata dan mencegah kesenjangan ekonomi, meningkatkan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai pelaku pariwisata.

**Kata kunci : strategi, pengembangan pariwisata, pemerintah daerah**

Mohamad Bagus Wibowo, 2018. **LOCAL GOVERNMENT STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE DISTRICT BANYUWANGI (Study on the Department of Culture and Tourism Banyuwangi)**. Essay. Department of Public Administration, Faculty of Administration, University of Brawijaya. Supervisor Professor: Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS. and Andhyka Muttaqin, S.AP, M.PA. 174 pages + xix

---

## SUMMARY

Tourism is one sector which is being seriously worked out by the countries in the world in order to push the national economy. Under Law No. 10 of 2009 Shrimp on Tourism, that Tourism is a potential sector to be developed in order to stimulate economic growth. One of the efforts undertaken by the District Government of Banyuwangi, especially the Office of Culture and Tourism is in accordance with the Regional Regulation No. 13 Year 2012 on Tourism Development Master Plan that as rare to attract tourists, local governments took the initiative to organize *the event - an event* titled tourism, so tourists will interested in trying visited tourist destinations in Banyuwangi.

This type of research used in the preparation of this thesis is a descriptive research with a qualitative approach. Source data used are primary data and secondary data. In analyzing the research data using interactive analysis proposed by Miles and Huberman and SWOT analysis method proposed by Fredi Rangkuti.

In this study found the problem that led to a strategy that has been set up not to run optimally, such as the lack of facilities and infrastructures supporting tourism, lack of public awareness of the importance of tourism, lack of foreign language experts. By looking at the existing problems are found strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the Department of Culture and Tourism Banyuwangi and of the strengths, weaknesses, opportunities and threats were found four alternative strategies, such as: optimizing the role of local government and human resources to increase the number of visitors rating in order to achieve economic growth, increase public awareness of the importance of tourism and the number of foreign-language experts, set up competition between Village travel product offerings and prevent economic inequality, improve the provision of facilities and infrastructure facilities tourism and increase public participation as actors of tourism.

***Keywords: strategy, development of tourism, local government***



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Administrasi Publik pada prodi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak, khususnya kepada :

1. Allah’Azza Wa Jalla yang telah memberikan saya limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sepenuh tenaga.
2. Orang tua penulis, Bapak Makruf dan Ibu Homsatin, serta orang tua angkat penulis, Bapak Rahmat dan Ibu Siti Homsyah yang setia dan tidak ada henti-hentinya memberikan doa serta semangat bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr Bambang Supriyono, MS. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya sekaligus Ketua Komisi Pembimbing

Skripsi yang telah bersedia mengarahkan, mendukung, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Andy Fefta Wijaya, MDA, Ph.D selaku ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak Fadillah Amin, Dr., M.AP., Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
6. Bapak Andhyka Muttaqin, S.AP, M.PA selaku Anggota Komisi Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya atas bantuan dan kerjasama yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Para anggota pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Mereka adalah Bapak M. Yanuarto Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Ibu Yani selaku Kepala Bidang Tata Usaha, Bapak Sonny selaku Kepala Bidang Pariwisata, Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata, Bapak Marhen selaku Kepala Bidang Pemasaran, dan Bapak Alimi selaku Kasubbid Pemasaran serta seluruh Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu yang senantiasa mengarahkan, mendampingi, membimbing, dan memberikan informasi selama penelitian berlangsung.

9. Keluarga Besar HMI FIA UB, khususnya teruntuk Folsilader 2014, dan kakak-kakak serta adik-adik kader yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis.
10. Sahabat masa kecil sampai sekarang Moh. Yusuf Sandika dan Trisna Wardani yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Sahabat seperjuangan yang telah memberikan banyak tawa dalam keseharian khususnya Bablay and Friend (Yudha Aditya Pratama, Alfaris, Suryo Dewo, Danang R.S, Septian E.B, Irfan Maulana, Muhammad Room Chaidir, Catur Bachtral Umam, Yusuf Ilham R, Offend Adetriartna, Bayu Adi P, Haidar Fakhri, Seha Dwi, Muh. Yusuf Saputra), serta teman-teman Administrasi Publik 2014 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat, doa serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Teman-teman Berbagi Berkah, Farah Nadia R, Vina Herma, Risti, Faradilla Inggit, Reyna Lazuardi, Rama Cahya, Prima Surya, Aditya Ramdhani, Gilang Adyarezky, Luthfi Kamil, Reinaldi Nusantara, yang telah memberikan dukungan bagi penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
13. Teman-teman semua mahasiswa administrasi publik angkatan 2014 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas semangatnya bagi penulis dalam proses pembuatan skripsi ini, dan sukses buat kita semua.

14. Seluruh pihak yang telah terlibat membantu Penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas dengan pahala yang berlipat ganda.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha memberikan hasil yang terbaik, tetapi penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis mohon maaf jika ada kata-kata yang salah dan tidak berkenan di hati. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya dan berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 23 April 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	 <b>14</b>
A. Strategi .....	14
1. Konsep Strategi .....	14
2. Syarat-Syarat Strategi.....	16
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi .....	16

4. Manfaat Strategi .....	18
5. Manajemen Strategi .....	19
B. Pemerintah Daerah .....	22
1. Pengertian Pemerintah Daerah .....	22
2. Konsep Otonomi Daerah .....	24
3. Fungsi Otonomi daerah .....	25
4. Peranan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata .....	27
C. Pariwisata .....	29
1. Pengertian Pariwisata .....	29
2. Bentuk dan Jenis Pariwisata .....	30
3. Pengembangan Pariwisata .....	33
4. Prinsip-prinsip Dasar Pengembangan Pariwisata .....	35
5. Tujuan dan Sasaran Pengembangan Pariwisata .....	36
6. Faktor Pendorong Pengembangan Pariwisata .....	37
7. Strategi Pengembangan Pariwisata .....	39
8. Peran <i>Stakeholder</i> dalam Pengembangan Pariwisata .....	45
D. Analisis SWOT .....	50

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 53**

A. Jenis Penelitian .....	53
B. Fokus Penelitian .....	54
C. Lokasi dan Situs Penelitian .....	56
D. Jenis Dan Sumber Data .....	56
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Instrumen Penelitian .....	61
G. Analisis Data .....	61

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 65**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	65
1. Gambaran Umum Kabupaten Banyuwangi .....	65

a. Letak Geografis dan Administrasi .....	65
b. Lambang Daerah Kabupaten Banyuwangi .....	68
2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	70
a. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata .....	71
b. Tujuan dan Sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.....	72
c. Tugas Pokok, Fungsi dan Kondisi Pelayanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	73
d. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.....	90
B. Penyajian Data .....	91
1. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata.....	91
a. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata .....	91
b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi.....	94
c. Strategi Pemanfaatan Ruangan untuk Pariwisata .....	104
d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	106
2. Peran Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi .....	108
a. Peran Pemerintah Daerah .....	108
b. Peran Sektor Swasta .....	116
c. Peran Masyarakat .....	119
3. Faktor Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Pengembangan Pariwisata .....	121
a. Faktor Internal .....	121
b. Faktor Eksternal.....	128
C. Analisis Data dan Pembahasan .....	139
1. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata.....	139
a. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata .....	139
b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi.....	143
c. Strategi Pemanfaatan Ruangan untuk Pariwisata .....	145
d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	147

2. Peran <i>Stakeholder</i> dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi .....	149
a. Peran Pemerintah Daerah .....	149
b. Peran Sektor Swasta .....	152
c. Peran Masyarakat .....	154
3. Faktor Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Pengembangan Pariwisata .....	156
a. Faktor Internal .....	156
b. Faktor Eksternal.....	161
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>165</b>
A. Kesimpulan .....	165
B. Saran.....	167
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>169</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>174</b>



## DAFTAR TABEL

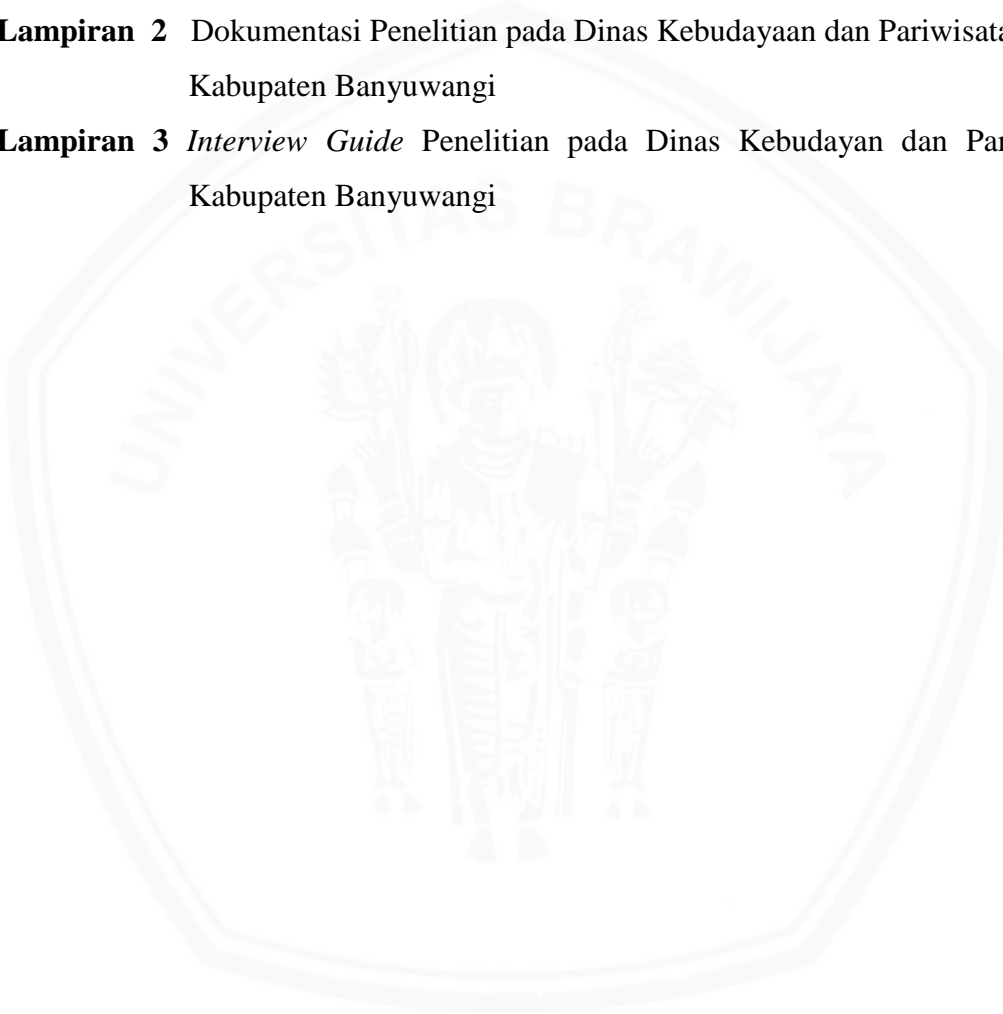
<b>Tabel 1</b>	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara .....	3
<b>Tabel 2</b>	Potensi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi .....	6
<b>Tabel 3</b>	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi .....	8
<b>Tabel 4</b>	Matriks SWOT .....	51
<b>Tabel 5</b>	Jumlah Kecamatan Desa dan Kelurahan Kabupaten Banyuwangi .....	66
<b>Tabel 6</b>	Program Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata Kabupaten Banyuwangi Tahun 2012-2031 .....	93
<b>Tabel 7</b>	Program Pengembangan Promosi dan Pemasaran Pariwisata Tahun 2012 -2031 .....	103
<b>Tabel 8</b>	Program Pengembangan SDM dan Kelembagaan .....	106
<b>Tabel 9</b>	Tujuan, Sasaran dan Program.....	109
<b>Tabel 10</b>	Program Pembangunan Pariwisata Kawah Ijen .....	112
<b>Tabel 11</b>	Program Pembangunan Pariwisata Pantai Plengkung.....	113
<b>Tabel 12</b>	Program Pembangunan Pariwisata Pantai Sukomade .....	115
<b>Tabel 13</b>	Peran Sektor Swasta .....	118
<b>Tabel 14</b>	Peran serta Masyarakat.....	121
<b>Tabel 15</b>	Analisis SWOT .....	153

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1</b> Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Nasional .....	2
<b>Gambar 2</b> Peta Administratif Kabupaten Banyuwangi .....	65
<b>Gambar 3</b> Lambang Daerah Kabupaten Banyuwangi .....	67
<b>Gambar 4</b> Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi .....	89
<b>Gambar 5</b> Peta wisata segitiga berlian Kabupaten Banyuwangi .....	90
<b>Gambar 6</b> Contoh Promosi melalui Majalah dan Brosur .....	95
<b>Gambar 7</b> Promosi melalui Website .....	96
<b>Gambar 8</b> Jadwal Banyuwangi Festival 2018 .....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Surat Izin Riset Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kaupaten Banyuwangi
- Lampiran 2** Dokumentasi Penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
- Lampiran 3** *Interview Guide* Penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

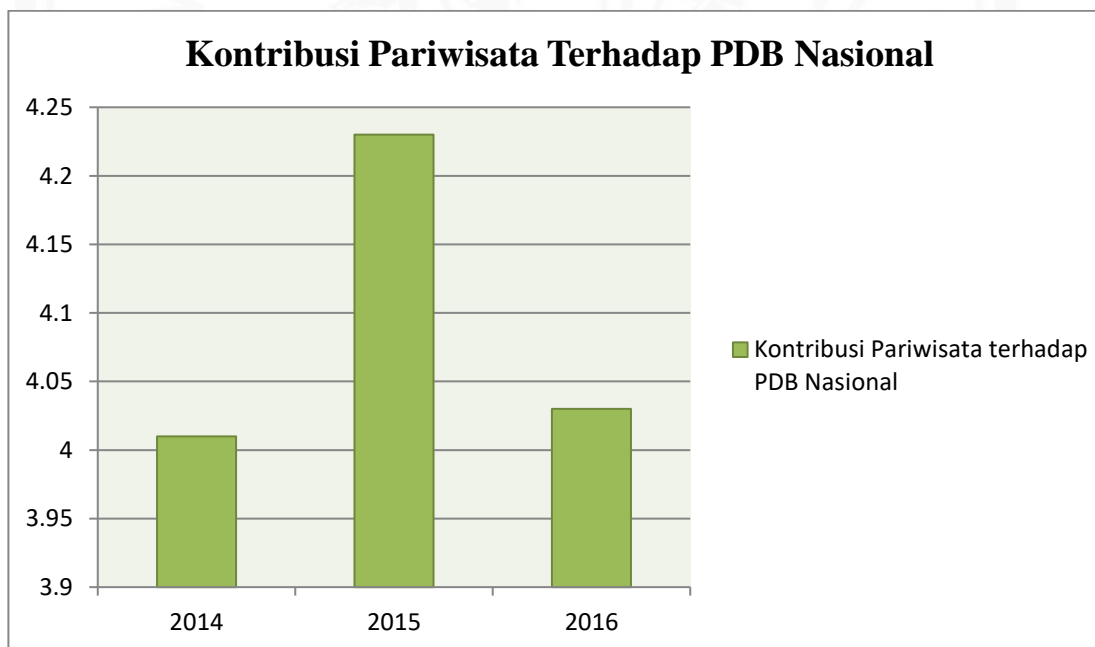
#### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang serius digarap oleh negara-negara di dunia dalam rangka mendorong perekonomian nasional. Kerr (2003:3) mengungkapkan bahwa industri pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang secara pesat di abad ini, dan masih akan bertahan sampai abad mendatang. Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization*, telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terlepas dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi (indonesia.go.id).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, bahwa Pariwisata menjadi sektor potensial untuk dikembangkan dalam rangka merangsang pertumbuhan perekonomian. Pariwisata menjadi sektor potensial untuk dikembangkan karena di setiap negara memiliki daya tarik wisata yang berbeda. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dimiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Perbedaan daya tarik wisata pun kemudian menyebabkan pariwisata di setiap negara bervariasi.

Pengelolaan pariwisata harus dapat dilaksanakan dengan baik oleh setiap negara, salah satunya Indonesia, untuk dapat lebih memaksimalkan potensi-

potensi pariwisata yang ada. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar oleh karena itu sebuah negara kepulauannya sangat luas, wilayahnya membentang dari Sumatera sampai Papua. Luas daratan Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia (2012) ialah 1.910.931,32 km<sup>2</sup>, dengan kekayaan kebudayaan dan kesenian masyarakat, dan keindahan alamnya yang menjadi daya tarik tersendiri. Berdasarkan kondisi tersebut, maka potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia dapat menjadi salah satu kekuatan yang diperhitungkan. Kepariwisata Indonesia merupakan penggerak perekonomian nasional yang potensial untuk memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di masa yang akan datang.



**Gambar 1. Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Nasional**

*Sumber : Kementerian Pariwisata 2014-2016*

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa Kontribusi kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2014 sebesar 4,01% dari total

PDB nasional, sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan sekitar 4,23% dari total PDB nasional dan pada tahun 2016 sebesar 4,03% hal tersebut mengalami penurunan sekitar 0,20% dari tahun sebelumnya. Pariwisata merupakan sektor yang melibatkan banyak pihak didalamnya, termasuk pengelolaan usaha perhotelan, restoran, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya. Sehingga menjadi salah satu sektor yang jika dikerjakan dengan baik, dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang besar.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara**

No	Tahun Kunjungan Wisman	Jumlah Kunjungan Wisman	Kenaikan Jumlah Wisman (%)
1.	2016	9,40 juta	9,54
2.	2017	10,46 juta	25,05
Rata-rata Capaian Kenaikan Jumlah Wisman :			17,295

*Sumber : Badan Pusat Statistik 2017.*

Berdasarkan data pada tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 9,40 juta kunjungan atau naik 9,54% di bandingkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai 8,78 juta kunjungan. Sedangkan tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 10,46 juta kunjungan atau meningkat 25,05% dari tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2017). Keseriusan pemerintah pusat dalam mengembangkan pariwisata dapat dilihat melalui target 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019. Pemerintah menekankan kembali

bahwa pariwisata menjadi sektor andalan disaat krisis terjadi sehingga perlu adanya pengembangan sektor pariwisata dari hulu hingga hilir (Shofwat, 2015).

Pelaksanaan pembangunan daerah merupakan bagian terpenting bagi pembangunan nasional yang diarahkan untuk mengembangkan daerah dan menserasikan laju pertumbuhan antara daerah di Indonesia. Salah satu pembangunan daerah dapat dilakukan dengan pengembangan pariwisata. Mengenai pariwisata, hal ini telah banyak dibahas oleh Yoeti (2008:4) bahwa pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. Pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai strategi yang mendukung kearah kemajuan sektor pariwisata dengan cara mengembangkan objek-objek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Pengembangan daerah tentunya dibutuhkan peningkatan pendayagunaan potensi daerah secara optimal. Otonomi yang diberikan kepada daerah Kabupaten dan Kota dilaksanakan dengan memberikan kewenangan yang seluas-luasnya, nyata dan bertanggung jawab kepada Pemerintah Daerah secara proporsional. Artinya, pelimpahan tanggung jawab akan diikuti oleh pengaturan pembagian, pemanfaatan sumber daya nasional yang berkeadilan, serta perimbangan keuangan pusat dan daerah.

Sesuai dengan adanya peraturan otonom daerah sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besar tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan

seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah. Dengan adanya sistem Otonomi Daerah tersebut, membuat beberapa daerah di Indonesia kini mulai mengoptimalkan potensi pariwisata yang dimilikinya dan salah satunya adalah Provinsi Jawa Timur yang merupakan salah satu provinsi di Indonesia juga memiliki banyak sekali tempat-tempat pariwisata yang bagus dan tidak kalah menarik dengan provinsi yang lain. Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Pengembangan pariwisata di Provinsi Jawa Timur, yang sebagian besar dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik dari segi peningkatan sarana prasarana, maupun penambahan daya tarik wisata baru.

Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung di Provinsi Jawa Timur mencapai 163,539 ribu kunjungan. Sedangkan tahun 2016 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 176,029 ribu kunjungan atau meningkat 7,64% dari tahun sebelumnya (jatim.bps.go.id).

Salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang cukup banyak dengan prospek yang sangat menjanjikan adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi memiliki bentang alam yang beragam, mulai dari dataran tinggi berupa daerah pengunungan, dataran rendah serta garis pantai yang membentang sepanjang 175,8 km. Keberagaman yang dimiliki menjadi Banyuwangi kaya akan potensi pariwisata. Kabupaten yang memiliki luas wilayah terluas di Jawa



Timur ini sedang giat-giatnya mendorong perkembangan sektor pariwisata ([www.banyuwangikab.go.id/](http://www.banyuwangikab.go.id/)).

**Tabel 2. Potensi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi**

No.	Potensi Pariwisata	Obyek Wisata
1.	Wisata Alam	Obyek wisata Kawah Ijen, Taman Nasional Alas Purwo, Taman Nasional Meru Betiri, Karo Adventure, Grand Watu Dodol, Bom Marina, Mangrove Center Bengkak, Pantai Kampe, Bangsring Under Water, Pantai Cacalan, Pantai Syariah, Wisata Sendang Seruni, Pantai Cemara, Air Terjun Jagir, Wisata Bayu Kidul, Air Terjun Telunjuk Raung, Air Terjun Timur Curah, Sumber Bulu, Air Terjun Lieder, Wisata Menunggu Durian Jatuh, Wisata Gumuk Candi, Air Terjun, Kedung Angin, Wisata De Jawatan, Wisata Kalibendo, Mangrove Wringin Putih, Teluk Banyu Biru, Mangrove dan Candi Kedungsari, Mangrove Bedul, Pantai Grajakan, Wisata Watu Gedek, Wisata Anantaboga, Wisata Hutan Pinus, Wisata Kaki Raung, Air Terjun Legomoro, Air Terjun Kembar Pengantin, G-Land Plengkung, Pantai Sukamade, Pulau Merah, Pulau Tabuhan, Hijau Bay, Pantai Wedi Ireng dan Pantai Mustika.
2.	Wisata Buatan	Gombeng Nirwana Coffe, AIL, Pancoran, Umbul Pule, Umbul Bening, Umbul Aga Puncak, Atlanta, dan Sembilan Palm.
3.	Wisata Budaya	Kampoeng Wisata Temenggungan, Wisata Desa Banjar, Wisata Budaya Oleh Sari, Tamansari, Wisata Desa Kemiren, dan Museum Blambangan.
4.	Wisata Religi	Makam Datuk Abd. Bauzir dan Makam Datuk Ibrahim

*Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. 2017*

Berdasarkan tabel 2 Potensi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi tergolong lengkap, dari wisata alam, wisata buatan, wisata religi, wisata budaya, dan lain-lain. Sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata bahwa sebagai langka untuk menarik wisatawan,

pemerintah kabupaten berinisiatif menyelenggarakan *event-event* bertajuk pariwisata, sehingga para wisatawan akan tertarik untuk mencoba mendatangi destinasi wisata di Banyuwangi. Bupati Banyuwangi Azwar Anas memacu pengembangan sektor wisata dengan mengemasnya melalui berbagai program pariwisata *event (event tourism)* bertema “Banyuwangi Festival”. Berbagai *event* digelar, mulai dari *Banyuwangi Ethno Carnival*, Festival Gandrung Sewu, Batik Festival, Festival Rujak Soto, *International Tour de Banyuwangi Ijen*, sampai *Banyuwangi Beach Jazz*. *Event tourism* tersebut dirancang untuk memperpanjang lama tinggal wisatawan untuk menyaksikan *event* sekaligus berkunjung ke destinasi wisata sehingga perputaran uang yang masuk ke masyarakat menjadi lebih besar ([www.banyuwangikab.go.id/](http://www.banyuwangikab.go.id/)).

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, memetakan segmen pasar pariwisata agar pengembangan sektor tersebut menjadi lebih fokus dan berdampak luas bagi perekonomian masyarakat di daerah setempat. Segmentasi pasar wisata di daerahnya dirancang berdasarkan karakter demografi dan psikografi. Segmentasi berdasarkan demografi merujuk pada usia dan jenis kelamin wisatawan, sedangkan psikografi lebih kepada gaya hidup, nilai-nilai yang dipercayai dan kepribadian pasar. Berdasarkan segmentasi tersebut, ada tiga segmen konsumen yang dibidik, yaitu kaum perempuan, anak muda dan pengguna internet (*netizen*). Tiga klasifikasi konsumen tersebut memiliki potensi pasar yang sangat besar (Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012). Untuk segmen kaum perempuan, misalnya Banyuwangi mempunyai agenda wisata Festival Batik. Kaum perempuan ini penting karena sangat memegang pengaruh keputusan keluarga

dalam berwisata. Kalau sudah bisa menggaet kaum ibu, satu keluarga bisa ikut semua. Selanjutnya untuk segmen anak muda, Pemkab Banyuwangi telah melaksanakan beberapa agenda wisata menarik, misalnya selancar, selancar layar dan angin, atau balap sepeda. Selain itu ada juga wisata petualangan ke Teluk Hijau, Pantai Sukamade dan Taman Nasional Alas Purwo. Sementara wisata yang berkonsep non-alam untuk anak muda, ada festival jazz pantai hingga Bayuwangi *Art Week*. Sedangkan bagi kaum pengguna internet atau *nitizen*, Pemkab Banyuwangi menjadikannya sebagai medium untuk mempromosikan wisata. Selain itu, sarana sosial seperti *Twitter*, *Youtube*, *Path*, dan *Instagram* juga sangat dioptimalkan. Melalui promosi dan segmentasi yang digarap secara berkelanjutan, tingkat kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara ke Banyuwangi terus mengalami peningkatan (<http://penelitianpariwisata.com>).

**Tabel 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi**

No	Indikator	Satuan	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
1.	Kunjungan Wisatawan Mancanegara	Orang	30,681	46,214	77,139
2.	Kunjungan Wisatawan Nusantara	Orang	1,464,948	1,926,179	4,036,752
<b>Total</b>			1,495,629	1,972,393	4,113,752

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2017.

Berdasarkan tabel 3 jumlah pengunjung wisatawan mancanegara di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2014 mencapai 30.681 orang, sedangkan wisatawan domestik mencapai 1,464,948 orang, jumlah keseluruhan kunjungan

wisatawan mencapai 1.495.629 orang yang melakukan kunjungan obyek wisata. Sedangkan di tahun 2015, jumlah pengunjung wisatawan mancanegara mencapai 46.214 orang, sementara untuk wisatawan nusantara sudah mencapai 1.926.179 orang, jumlah keseluruhan kunjungan wisatawan mencapai 1.972.393 orang yang melakukan kunjungan obyek wisata. Pada tahun 2016, jumlah pengunjung wisatawan mancanegara mencapai 77.139 orang, sedangkan untuk wisatawan nusantara mencapai 4.036.613 orang, jumlah keseluruhan kunjungan wisatawan mencapai 4.113.752 orang yang melakukan kunjungan obyek wisata (Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, 2017). Salah satu penyebab jumlah wisatawan asing dan domestik naik karena Banyuwangi menawarkan ragam budaya dan pesona alam yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Peningkatan tersebut tentu merupakan sebuah prestasi Kabupaten Banyuwangi, yang dapat membuktikan bahwa pemerintah daerah berhasil melakukan *city branding*, apabila sebelumnya Banyuwangi terkenal dengan kota santet, saat ini Banyuwangi terkenal dengan sebagai kota wisata (Infonawacita.com).

Keberhasilan tersebut tentu tidak terlepas dari perhatian pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata. Selain meningkatkan fasilitas yang dapat pada destinasi wisata, pemerintah daerah juga giat mengadakan kegiatan di tempat wisata atau *event tourism*, berskala nasional hingga internasional. Selain mengadakan berbagai *event tourism*, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga gencar memasarkan pariwisata Banyuwangi. Hal yang menarik dari pemasaran pariwisata Banyuwangi adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ([www.banyuwangitourism.com](http://www.banyuwangitourism.com)).

Banyak hambatan dan rintangan yang harus dihadapi terutama jika tidak didukung oleh masyarakat sekitar tempat wisata tersebut. Berdasarkan hal tersebut, pentingnya peraturan dan kesadaran dari pemerintah daerah yang melaksanakan pembangunan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi yang pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi pariwisata bisa dikembangkan secara optimal. Kemajuan sektor pariwisata di tingkat daerah peran pemerintah daerah sebagai motor penggerak dan selanjutnya memberikan wewenang penuh kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi dalam menentukan strategi-strategi pengembangan pariwisata (<https://lifestyle.sindonews.com>).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas mendorong penulis untuk mengangkat tema terkait pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, karena dilihat saat ini Kabupaten Banyuwangi menjadi terkenal sebagai kota wisata. Sehingga penulis memiliki ketertarikan untuk menjelaskan gambaran strategi pemerintah daerah berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Penulis berniat untuk mengangkat judul **“Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi”**(Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka yang jadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi ?
2. Bagaimana peran *Stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi ?
3. Apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi ?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis peran *Stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

### D. Kontribusi Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara akademik maupun praktis :

1. Kontribusi Akademik
  - a. Sebagai bahan kajian dan sumbangan pemikiran dalam mengetahui strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi;

- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi wacana dan rujukan bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

## 2. Kontribusi Praktis

- a. Sebagai bahan untuk mengembangkan keberlanjutan dari strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi;
- b. Sebagai bahan evaluasi bagi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

## E. Sistematika Pembahasan

Dengan tujuan memberikan kemudahan dalam memahami isi skripsi ini secara keseluruhan dan agar terdapat susunan yang logis dan sistematis antar bab, maka penulis dalam penelitian ini mengacu pada sistematika sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian yaitu strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupten Banyuwangi (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). Dalam bab ini juga memaparkan mengenai alasan penulis dalam pemilihan judul. Selain itu, bab ini berisi mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA



Bab ini menguraikan tentang teori-teori atau temuan ilmiah dari buku, jurnal, maupun hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dan digunakan sebagai dasar melakukan identifikasi masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, diantaranya jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian di lapangan serta menyajikan data primer dan data sekunder yang telah didapat oleh peneliti saat terjun langsung ke lapangan. Penyajian data yang disajikan mengacu pada rumusan masalah sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penyajian data serta analisa berdasarkan kajian teori, empirik, dan normatif. Kesimpulan yang tertera pada bab ini merupakan kumpulan keseluruhan dari proses analisis berdasarkan fokus penelitian serta saran dan masukan yang bersifat konstruktif berdasarkan fokus permasalahan empirik di lapangan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Strategi**

##### **1. Konsep Strategi**

Dalam menjalankan suatu organisasi, baik organisasi publik maupun swasta mempunyai cara atau langkah-langkah yang telah disusun secara sistematis dan terperinci dalam menjalankan setiap kegiatan organisasi. Cara atau langkah tersebut merupakan suatu rangkaian kebijakan yang dijabarkan dalam bentuk strategi.

Strategi dibuat sebagai perencanaan awal dalam pelaksanaan kegiatan sebuah organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Menurut Siagian (2005:17) strategi merupakan rencana berskala besar yang berorientasi pada jangkauan masa depan serta diterapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.

Menurut Jatmiko (2003:4), Strategi dideskripsikan sebagai suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi. Berdasarkan pada definisi tersebut,

terdapat tiga faktor yang mempunyai pengaruh penting pada strategi, yaitu lingkungan eksternal, sumberdaya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Intinya, suatu strategi organisasi memberikan dasar-dasar pemahaman tentang bagaimana organisasi itu akan bersaing dan *survive*.

Menurut Suryono (2010:114), strategi merupakan seni dan ilmu untuk mendistribusikan dan menggunakan sarana-sarana untuk kepentingan tertentu. Strategi sebagai sebuah seni memerlukan kepekaan institusi. Sedangkan strategi sebagai ilmu pengetahuan merupakan hal yang terus menerus berkembang untuk menemukan cara-cara terutama dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi.

Pengertian strategi pada prinsipnya terkait dengan persoalan :

- a. Kebijakan pelaksanaan;
- b. Penentuan tujuan yang hendak dicapai; dan
- c. Penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-sarana tertentu.

Berdasarkan dari pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi merupakan bentuk dari perencanaan yang dilakukan secara sadar, terperinci dan sistematis untuk mencapai tujuan bersama. Perencanaan strategi terbentuk dari berbagai isu yang berkembang di masyarakat kemudian membentuk suatu kesatuan dan kemudian diimplementasikan. Oleh karena itu strategi merupakan hal yang penting khususnya untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan saat ini.

## 2. Syarat-Syarat Strategi

Orientasi strategi bertumpu pada implikasinya di dalam kehidupan sehari-hari. Agar penyusunan strategi dalam berjalan dengan tepat sasaran dan implementasikan secara efektif, maka ada tiga hal yang perlu diperhatikan, yaitu: (Siagian, 2005:102-103)

- a. Strategi yang dirumuskan harus mampu disatu pihak memperoleh manfaat dari berbagai peluang yang diperkirakan akan timbul dan pihak lain memperkecil dampak berbagai faktor yang sifatnya negative atau bahkan berupa ancaman bagi organisasi dan kelangsungannya.
- b. Strategi harus memperhitungkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya, saran, prasarana dan danayang diperlukan untuk mengoprasionalkan strategi tersebut.
- c. Strategi yang telah ditentukan dioprasionalkan secara teliti. Tolak ukur tepat atau tidaknya strategi bukan terlihat pada perumusannya saja, akan tetapi juga mencakup pada oprasional atau pelaksanaannya.

## 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi

Suatu organisasi kewenangan dalam pengambilan keputusan berada pada manajemen puncak. Seorang manajemen puncak akan dihapkan pada pilihan-pilihan strategi. Pemilihan sebuah strategi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memperhitungkan resiko dan tantangan yang akan terjadi di kemudian hari. Berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan stratejik oleh manajemen puncak dalam menentukan strategi organisasi: (Siagian, 2005:17-20)

- a. Dimensi Keterlibatan Manajemen Puncak  
Salah satu sifat keputusan stratejik ialah bahwa keputusan tersebut menyangkut seluruh segi organisasi. Karena sifat yang demikian, keterlibatan manajemen puncak bukan hanya tidak dapat dielakkan, akan tetapi bahkan merupakan suatu keharusan. Berdasarkan hal tersebut karena hanya pada tingkat manajemen puncaklah akan tampak segala

bentuk implikasi dan ramifikasi berbagai tantangan dan tuntutan lingkungan internal dan eksternal yang sangat mungkin tidak terlihat oleh para manajer tingkat yang lebih rendah. Selain itu, manajemen puncaklah, yang memiliki wewenang untuk mengalokasikan sarana, prasarana, dan sumber lainnya yang diperlukan untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil.

b. Dimensi Alokasi Dana, Sarana dan Prasarana

Keputusan manajemen puncak tentang satuan kerja yang ditugaskan memainkan peranan yang strategik pada suatu momen tertentu menentukan sifat alokasi dana, sarana dan prasarana, tenaga yang mungkin melebihi apa yang dialokasikan pada satuan-satuan kerja yang lain. Situasi yang demikian berubah dan tidak pernah konstan. Bahkan apabila sumber dana, sarana dan prasarana yang tersedia secara internal tidak mencukupi, hanya manajemen puncaklah yang mempunyai wewenang untuk mencari sumber-sumber eksternal, bukan manajemen tingkat menengah, apalagi tingkat rendah.

c. Dimensi Waktu Keputusan Strategik

Salah satu cirri keputusan strategik ialah jangkauan waktunya relatif kedepan. Penting untuk diperhatikan bahwa sekali manajemen puncak membuat suatu keputusan strategik, atas dasar keputusan itulah citra organisasi diciptakan dan dipelihara. Untuk menjamin kelestarian citra itulah mutlak perlu kehati-hatian dalam membuat suatu keputusan strategik.

d. Dimensi Orentasi Masa Depan

Keputusan strategik yang diambil oleh manajemen puncak didasarkan pada antisipasi dan prakiraan yang mereka lakukan bukan didasarkan atas hal-hal yang sudah diketahuinya. Antisipasi dan prakiraan itu kemudian diterjemahkan ke dalam berbagai bentuk proyeksi. Bentuk, jenis dan sifat proyeksi itulah yang digunakan untuk memilih opsi strategik yang diperkirakan akan mempermudah upaya mencapai tujuan organisasi. Dengan sikap yang antisipatif dan proaktif, manajemen akan lebih siap menghadapi tantangan perubahan yang akan terjadi dan tidak dihadapkan kepada situasi “dadakan”.

e. Konsekuensi Isu Strategik Yang Multiaspek

Kiranya penting untuk menekankan bahwa keputusan strategik biasanya menjangkau semua komponen atau unsur organisasi, baik dalam arti dana, sarana dan prasarana, tenaga kerja maupun dalam arti satuan-satuan kerja tersebut dikenal, seperti departemen, divisi, biro, bagian, seksi, direktorat, dan lain sebagainya.

f. Dimensi Lingkungan Eksternal

Suatu organisasi biasanya mempengaruhi lingkungannya dan pasti dipengaruhi oleh kondisi eksternal yang faktor-faktornya pada umumnya berada diluar kendali organisasi yang bersangkutan. Agar organisasi

berhasil meraih keberhasilan yang didambakan di masa depan faktor-faktor eksternal tersebut harus diperhitungkan dengan matang.

#### 4. Manfaat Strategi

Strategi diterapkan suatu organisasi sebagai kelanjutan dari perencanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Penentuan strategi ini tidak terlepas dari rantai kegiatan yang akan dicapai pada masa yang akan datang. Secara implisit, terdapat manfaat dari penetapan strategi organisasi, antara lain: (Siagian, 2005:206-209)

- a. Memperjelas makna dan hakikat suatu perencanaan melalui identifikasi rincian yang lebih spesifik tentang bagaimana organisasi harus mengelola bidang-bidang yang ada dimasa yang akan datang.
- b. Merupakan langkah-langkah atau cara yang efektif untuk implementasikan kegiatan dalam rangka pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.
- c. Sebagai penuntut atau rambu-rambu dan arahan pelaksanaan kegiatan di berbagai bidang.
- d. Dapat mengetahui secara konkret dan jelas tentang berbagai cara untuk mencapai sasaran atau tujuan serta prioritas pembangunan pada bidang-bidang tersebut berdasarkan kemampuan yang dimiliki.
- e. Sebagai rangkaian dari proses pengambilan keputusan dalam menyelesaikan berbagai macam permasalahan.
- f. Mempunyai koordinasi bagi semua pihak agar mempunyai partisipasi dan persepsi yang sama tentang bentuk serta sifat interaksi, interdependensi dan interelasi yang harus tetap tumbuh terpelihara dalam mengelola jalannya organisasi, sehingga akan mengurangi atau bahkan menghilangkan kemungkinan timbulnya konflik antara berbagai pihak terkait. Dengan demikian strategi dapat berjalan sesuai dengan yang telah diharapkan.

Strategi diperlukan dalam pembuatan keputusan yang diambil oleh manajemen puncak yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan suatu organisasi.

Begitu pula dengan strategi pemerintah daerah yang digunakan dalam penyelenggaraan pemerintah daerah.

## 5. Manajemen Strategi

### a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan bidang keilmuan yang tumbuh dan berkembang dengan cepat. Manajemen strategi dalam memandang perusahaan adalah sebagai suatu rangkaian proses yang saling berkaitan serta mencoba menjelaskan bagaimana perusahaan tersebut dapat berkembang dan sukses dalam menghadapi lingkungannya.

Manajemen strategi didefinisikan sebagai satu keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan (Robinson, 2008:5). Menurut David (2009:5), manajemen strategi merupakan seni dan pengetahuan dalam merumuskan mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan suatu rangkaian proses pengambilan keputusan strategi yang meliputi perumusan (*formulating*), implementasi (*implementing*), serta evaluasi (*evaluating*) dalam mencapai tujuan. Berikut ini dikemukakan beberapa pendapat para pakar mengenai konsep manajemen strategi. Menurut Siagian (2006:3), manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan



diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian organisasi tersebut. Sedangkan menurut Lawrence R. Jauch & W.F Glueck manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran organisasi (Purwanto, 2006:27).

Berdasarkan beberapa pendapat para pakar, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi mengandung elemen-elemen sebagai berikut:

- 1) Misi dan harapan organisasi
- 2) Tujuan dan sasaran
- 3) Memperhatikan situasi strategis lingkungan luar (external environment) dan lingkungan dalam (internal environment)
- 4) Strategi formulasi
- 5) Strategi evaluasi dan pilihan-pilihan. Umumnya strategi evaluasi akan mengembangkan alternatif terbaik yang didasari faktor-faktor kritis untuk mencapai kesuksesan organisasi
- 6) Strategi Implementasi dan perencanaan
- 7) Pengendalian strategis meliputi evaluasi atas implementasi (Tangkilisan, 2003:13)

Sebuah organisasi di dalam manajemen, strategi dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utaman yang dirancang secara sistematika dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategis organisasi.

#### **b. Proses Manajemen Strategi**

Proses manajemen strategi di jabarkan oleh Fred (2011:6) mengenai proses manajemen strategi (*Strategic Management*) yang terdiri dari tiga tahap, yaitu:

### 1) Tahap Formulasi Strategi

Tahap ini terdiri dari tahap pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menemukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menemukan alternative strategi dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan.

### 2) Tahap Implikasi strategi

Pada tahap implikasi strategi yang sering kali disebut dengan tahap pelaksanaan atau penerapan dalam manajemen strategis, mensyaratkan penetapan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi tergantung dari kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan. Strategi yang telah dilakukan diformulasikan tetapi tidak diimplikasikan tidak akan memiliki arti apapun.

### 3) Tahap Evaluasi Strategi

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi strategi. Tiga tahap dasar dalam evaluasi strategi adalah meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi tersebut, mengukur kinerja dan mengambil tindakan kreatif. Evaluasi strategi ini diperlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak selalu berhasil pada kesempatan yang lain.



## B. Pemerintah Daerah

### 1. Pengertian Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah (*local government*) sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 18 ayat (5) menyebutkan bahwa Pemerintah daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan pusat. Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa Pemerintah daerah merupakan kepala daerah sebagai penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.

Pemerintah Daerah dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah pasal 1 ayat (2) menyebutkan definisi penyelenggara urusan pemerintahan oleh Pemerintah Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pengertian Pemerintahan dalam arti sempit merupakan hanya badan pelaksana (eksekutif) saja. Pemerintah daerah (*local government*) dalam Kamus Besar Indonesia (2011) diartikan sebagai pemerintahan yang mewakili pemerintahan pusat di daerah dalam wilayah suatu negara. Urusan dan kepentingan yang menjadi perhatian local government bersifat *locality* dan berbasis politiknya adalah lokalitas dan bukan bangsa.

Konsep *local government* mempunyai banyak sudut pandang dalam implementasinya. Untuk membatasi dan memahaminya ada tiga konsep yaitu:

- a. Pemerintah lokal yang sering dipertukarkan dengan *local authority* yang mengacu pada organ yakni council dan major dimana rekrutmen pejabat didasarkan atas dasar pemilihan.
- b. Memacu pada pemerintahan lokal yang dilakukan oleh pemerintah lokal. Arti kedua ini mengacu pada fungsi, dalam menentukan fungsi kewenangan pemerintah daerah terdapat dua fungsi yaitu:  
Pertama, the ultra vires doctrine, menunjukkan bahwa pemerintah daerah dapat bertindak pada hal-hal tertentu atau memberikan pelayanan tertentu saja. Fungsi atau urusan pemerintah bagi pemerintah daerah dirinci sedangkan fungsi dan urusan pemerintahan yang tersisa menjadi kompetensi pemerintah pusat.  
Kedua, prinsip *general competen* atau *open end araagement*, pemerintah daerah memenuhi kebutuhan daerahnya sebagaimana yang ditentukan oleh pengambil keputusan di daerah itu. Pemerintah pusat telah mempunyai urusan atau fungsi yang terinci, sementara itu sisanya merupakan urusan yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah.
- c. Bermakna daerah otonom. Bahwa pembentukan daerah otonom yang secara simultan merupakan kelahiran situs ekonomi berdasarkan atas inspirasi dan kondisi objektif dari masyarakat yang berada di wilayah tertentu sebagai bagian dari bangsa dan wilayah nasional. Masyarakat yang menuntut otonomi melalui desentralisasi menjelma menjadi otonom sebagai kesatuan masyarakat hukum yang berwenang mengatur dan menangani urusan pemerintah menurut prakasa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat (Hoessein dikutip Muluk 2009:10).

Adanya ketiga konsep tersebut menjelaskan bahwa setiap pemerintahan daerah memiliki peran dan tugas masing-masing. Secara teoritis keberadaan pemerintah daerah dapat ditinjau dari berbagai ilmu menurut Muluk, (2009:10) adalah :

“Dalam ilmu politik ilmu politik keberadaan pemerintah daerah merupakan pencerminan pembagian kekuasaan berdasarkan kewilayahan. Dalam ilmu ekonomi keberadaan pemerintah daerah mencerminkan adanya upaya peningkatan kesejahteraan individu melalui kesempatan pilihan publik karena bertambahnya kesempatan dan penawaran public goods. Dalam ilmu administrasi pemerintah daerah mencerminkan adanya upaya untuk mencapai

tujuan organisasi melalui pembagian kerja berdasarkan area atau lokasi karena bisa menyerap aspirasi dan kebutuhan yang beragam berdasarkan kebutuhan yang beragam berdasarkan kebutuhan yang beragam disetiap lokasi yang berbeda. Kemudian dalam bidang administrasi pembangunan, pemerintah mencerminkan strategi integrasi nilai untuk mencapai tujuan pembangunan melalui peningkatan kapasitas produksi sekaligus partisipasi”.

## **2. Konsep Otonomi Daerah**

Pelaksanaan otonomi daerah yang didasarkan pada prinsip yang luas, nyata dan bertanggung jawab mensyaratkan adanya tata kelola pemerintah daerah yang baik. Suatu tata kelola pemerintah yang baik mensyaratkan adanya transparansi dalam pengelolaan pemerintahan daerah, partisipasi yang aktif dari masyarakat dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintah daerah. Oleh karena itu, untuk menciptakan tata kelola pemerintah yang baik, seluruh elemen pemerintah daerah harus senantiasa mendorong penyelenggaraan pemerintah daerah yang transparan, partisipatif, dan akuntabel.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah sebagai perubahan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, selain merupakan panduan yang nyata dalam pelaksanaan otonomi daerah, juga merupakan politik hukum otonomi daerah. Dasar kekuatan tersebut, pelaksanaan otonomi daerah diwujudkan dalam kebijakan yang terukur, terarah, dan terencana oleh pemerintah pemerintah pusat. Kebijakan demikian perlu dilakukan agar konsep pelaksanaan otonomi daerah tetap berada pada panduan dan garis politik hukum nasional. Oleh sebab itu, otonomi daerah yang dijalankan selain bersifat nyata dan luas, tetap harus dilaksanakan secara bertanggung jawab. Maksudnya,

otonomi daerah harus dipahami sebagai perwujudan pertanggung jawaban konsekuensi pemberian hak hak dan kewenangan kepada daerah dalam wujud tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan daerah. Tugas dan kewajiban dalam pelaksanaan otonomi daerah adalah berupa peningkatan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat, pengembangan kehidupan demokrasi, penegakan keadilan dan pemerataan serta pemeliharaan hingga yang serasi antara pusat dan daerah serta antara daerah dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan tugas dan kewajiban tersebut, esensi mendasar dalam kebijakan pelaksanaan otonomi daerah adalah pemberi kewenangan yang ditetapkan batasan kewenangan yang dimiliki daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Adanya pemberian kewenangan ini tentu merupakan esensi dasar dalam pelaksanaan otonomi daerah dimana daerah mempunyai cukup keleluasaan gerak dalam menggunakan potensi, baik yang berasal dari daerah sendiri maupun dari pemberian pemerintah pusat sesuai dengan kebutuhan daerah dan kesejahteraan masyarakatnya.

### **3. Fungsi Otonomi daerah**

Otonomi daerah diartikan sebagai pemberian kewenangan dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah (kabupaten atau kota), untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat setempat (Adisasmita, 2006:235). Tugas pemerintah daerah sebagai actor yang melayani masyarakat, dengan kehidupan yang aman dan tentram maka masyarakat akan dapat mengembangkan kemampuan dan

keaktivitas dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing secara lebih proaktif. Sesuai dengan penyelenggaraan pemerintahan, pemerintah daerah menjalankan fungsi-fungsi yaitu:

- a. Fungsi pengaturan
- b. Fungsi pemberdayaan
- c. Fungsi pelayanan (Adisasmita, 2006:326)

Fungsi pengaturan ditunjukkan melalui adanya peraturan daerah. Fungsi pengaturan yang dapat dijalankan oleh pemerintah daerah adalah yang berkaitan dengan kepentingan daerah yang bersangkutan sepanjang berada dalam ruang lingkup urusan yang telah diserahkan menjadi urusan rumah tangganya sendiri. Fungsi pengaturan yang dapat dijalankan wewenang yang dimiliki oleh pemerintah daerah yang bersangkutan.

Fungsi kedua, merupakan fungsi pemberdayaan. Adanya tuntutan pemerintah daerah agar semakin mandiri, maka pemberdayaan di tingkat organisasi/instansi yang dapat dilakukan adalah menentukan dinas-dinas yang dimiliki daerah daerah adalah mampu menghasilkan dana, dan yang tidak mampu adalah beban bagi pemerintah daerah. Sehingga dapat diupayakan penyediaan dana untuk dinas-dinas yang mampu menghasilkan dana harus lebih besar dibandingkan dengan dinas yang tidak mampu menghasilkan dana. Pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan antara lain dengan memberikan rangsangan sehingga masyarakat dapat lebih partisipasi dalam pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan, seperti pemberian subsidi kepada kelompok-

kelompok dalam masyarakat untuk melaksanakan program yang telah dirancang sehingga masyarakat lebih berpartisipasi dalam fungsi pemberdayaan.

Fungsi ketiga, adalah melakukan pelayanan. Dinas-dinas diharapkan lebih banyak memberikan pelayanan kepada masyarakat disamping itu harus lebih didorong untuk menghasilkan dana. Pihak legislatif, DPRD dapat meningkatkan peranannya yaitu menampung aspirasi masyarakat sebagai wujud pelaksanaan fungsi pelayanan.

#### **4. Peranan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata**

Fungsi pemerintah daerah khususnya di sektor pariwisata adalah sebagai pelaksanaan dan juga sebagai penanggungjawab terhadap kegiatan pariwisata tersebut oleh karena itu, pemerintah daerah agar dapat melaksanakan fungsi dan perannya secara optimal, maka perlu adanya dukungan atau kerja sama dengan organisasi yang berkaitan dengan pengembangan sektor pariwisata tersebut seperti dengan Dinas Pariwisata Daerah. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Provinsi Jawa Timur, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai kedudukan, tugas dan fungsi antara lain:

- a. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dipimpin oleh seorang kepala dinas yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Gubernur melalui Sekertaris Daerah.
- b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan atas otonomi dan tugas pembantuan di bidang kebudayaan dan pariwisata.
- c. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menyelenggarakan fungsi:

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata;
- 2) Penyelenggaraan urusan dan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata;
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas sesuai dengan lingkup tugasnya;
- 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur.

Berdasarkan tugas pokok dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang telah disebutkan di atas, salah satu fungsi dari pada pemerintah daerah adalah mewujudkan daya saing yang menjadi konsep abstrak dapat diterapkan dari berbagai hal. Sehingga dapat dipersempit artinya dari sisi pemasaran maka daya saing berarti memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya dalam suatu industri khususnya industri pariwisata. Pada dasarnya pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah untuk menyediakan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Ewing dan Caruana (2000) memberikan definisi bahwa berdasarkan konteks pelayanan, pemerintah memiliki dua macam pelanggan yang harus dilayani, yaitu pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal merupakan karyawan sebagai pemangku kepentingan dari pemerintah daerah itu sendiri. Sedangkan pelanggan eksternal merupakan para wisatawan yang menikmati pariwisata di tempat tersebut. Pelanggan yang diutamakan oleh pemerintah daerah adalah pelanggan internal hal ini dikarenakan bukan semata-mata sebagai pemangku kepentingan.



## C. Pariwisata

### 1. Pengertian Pariwisata

Menurut Kuncoro (2004:295) pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu “pari” yang artinya penuh, seluruh atau semua, dan “wisata” yang berarti perjalanan. Kata pariwisata dapat diartikan perjalanan penuh, melalui dari berangkat dari suatu daerah, ke satu atau beberapa tempat lain dan singgah, kemudian kembali ke tempat semula.

Menurut Damanik (2006:10), pariwisata dalam artian luas merupakan kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas manusia, pariwisata merupakan fenomena pergerakan manusia, barang, dan jasa yang sangat kompleks. Ia terikat erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan, dan sebagainya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintahan daerah dan pengusaha. Kepariwisata bertujuan untuk:



- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memperkukuh jati diri dan persatuan bangsa
- i. Memupuk rasa cinta tanah air, mempererat persahabatan antar bangsa.

Menurut UN-WTO (dalam Pitana dan Surya Diarta, 2009:18-19), ada tiga elemen dasar dalam pengertian pariwisata secara holistik yaitu:

- a. *Domestic tourism* (residen/penduduk yang mengunjungi atau mengadakan perjalanan wisata dalam wilayah negaranya).
- b. *Inbound tourism* (non-residen/bukan penduduk yang mengadakan perjalanan wisata, masuk ke negara tertentu).
- c. *Outbound tourism* (residen/penduduk yang melakukan perjalanan wisata ke negara lain).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, melestarikan budaya, mengangkat citra bangsa dan memupuk citra tanah air, karena wisatawan yang datang bukan hanya wisatawan lokal (*Domestic tourism*) yang berkunjung akan tetapi juga wisatawan mancanegara (*Inbound tourism*).

## 2. Bentuk dan Jenis Pariwisata

Bentuk-bentuk pariwisata menurut Wahab (2003:6) dikategorikan sebagai berikut:

- a. Menurut letak geografis

- 1) Pariwisata domestik nasional, menunjukkan arus wisata yang dilakukan oleh warga dan penduduk asing yang bertugas disana, yang terbatas dalam suatu negara tertentu.
  - 2) Pariwisata regional, yakni kepergian wisatawan terbatas pada beberapa negara yang membentuk suatu kawasan pariwisata, misalnya perjalanan wisatawan di negara-negara Eropa Barat.
  - 3) Pariwisata internasional, yaitu meliputi gerak wisatawan dari suatu negara ke negara lain di dunia.
- b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran
- Kedatangan wisatawan luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi, yang disebut pariwisata aktif. Sedangkan kegiatan kepergian seseorang warga negara keluar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya disebut pariwisata pasif.
- c. Menurut jangka waktu
- Kedatangan seorang wisatawan disuatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal ditempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek dan panjangnya waktu yang dimaksud.
- d. Menurut jumlah wisatawan
- 1) Pariwisata individu, merupakan hanya seseorang atau satu keluarga yang berpergian
  - 2) Pariwisata rombongan, merupakan sekelompok orang yang biasanya terikat oleh hubungan-hubungan tertentu kemudian melakukan perjalanan bersama-sama, misalnya: *club*, sekolah atau *tour* yang diorganisir oleh suatu usaha perjalanan, dan biasanya rombongan ini didampingi oleh seorang pemimpin perjalanan. Jumlah peserta rombongan itu bervariasi, biasanya lebih dari 15 orang atau 20 orang.
- e. Menurut alat transportasi
- Dilihat dari transportasi yang digunakan sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil.

Jenis-jenis pariwisata yang dikemukakan oleh Pendit (2003:38-41), antara

lain:

a. Wisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau ke luar negeri, mempelajari kebiasaan dan adat-istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka seperti seni tari, seni drama, seni music dan seni suara.

b. Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan berinisiatif baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas kesehatan lainnya.

c. Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidaklah dapat digolongkan ke dalam dunia kepariwisataan dengan alasan bahwa perjalanan serupa ini yaitu pameran pekan raya yang bersifat komersial hanya dilakukan oleh orang-orang yang harus mempunyai tujuan tertentu untuk urusan bisnis mereka dalam pekan raya tersebut. Tapi kenyataannya dewasa ini dimana pameran-pameran atau pekan raya diadakan banyak sekali dikunjungi oleh kebanyakan orang dengan tujuan ingin melihat-lihat fasilitas sarana serta akomodasi dan tidak jarang pameran atau pekan raya ini dimeriahkan dengan berbagai macam atraksi dan pertunjukan kesenian.

d. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

e. Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi peristiwa kegiatan politik seperti peringatan ulang tahun suatu negara, diaman fasilitas akomodasi, sarana angkutan dan atraksi aneka warna diadakan secara megah bagi para pengunjung.

f. Wisata Pertanian

Seperti halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan ladang, pembibitan dan sebagainya. Didalam wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya sayuran dan palawija disekitar perkebunan yang dikunjungi.

- g. Wisata Bahari atau Maritim  
Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, lebih di danau, bangawan, pantai atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompentis berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah dibawah permukaan air.
- h. Wisata Buru  
Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburuyang dibenarkan oleh Pemerintah dan digerakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- i. Wisata Pilgrim  
Wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit-bukit yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin manusia ajaib penuh legenda.
- j. Wisata Bulan Madu  
Merupakan suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka, seperti misalnya kamar pengantin di hotel yang khusus disediakan dengan peralatan serba istimewa.
- k. Wisata Pertualangan  
Dikenal dengan istilah *Adventure Tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi dan penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal, terjun ke sungai yang sangat curam, arum jeram di sungai-sungai yang arusnya liar, masuk goa penuh misteri, mencoba wisata kutub.

### 3. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata “Kembang”, pembangunan berarti peoses, cara perbuatan mengembangkan. Bisa juga diartikan pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus kearah yang dikehendaki. Sedangkan menurut definisi Yoeti dalam Yonieffadli (2017:30) “pengembangan adalah usaha atau cara untuk menunjukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.” Berdasarkan pengertian di atas, dapat

disimpulkan bahwa pengembangan merupakan suatu usaha atau proses untuk mengembangkan sesuatu yang sebelumnya sudah ada, dibangun menjadi lebih baik, lebih bagus, lebih modern dan lebih maju.

Pengembangan dalam konteks pariwisata dimaksudkan untuk melakukan suatu peningkatan atau kemajuan terhadap sector pariwisata. Seperti yang didefinisikan Sumbardjan dalam Yoniefadli (2017:30) pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh baik dari segi ekonomi, social, dan kultural. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata ke dalam suatu program pembangunan ekonomi fisik dan sosial dari suatu Negara. Disamping itu, rencana kerja kebijaksanaan untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata. Menurut Swarbrooke dalam Khoirul (2017:22) pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumberdaya pariwisata serta mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dalam kelangsungan pengembangan pariwisata.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha pengembangan melalui suatu rencana yang terprogram dan terintegrasi dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut.

#### 4. Prinsip-prinsip Dasar Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan berbasis alam, budaya, dan peninggalan-peninggalan, berhubungan dengan masyarakat wisatawan dan penyediaan fasilitas pendukung serta melibatkan masyarakat setempat. Konsekuensinya, pelestarian dan perlindungan terhadap lingkungan merupakan kewajiban dalam pengembangan pariwisata jangka pendek, menengah, maupun panjang. Berdasarkan pada kepentingan masa depan, baik inskeep, melntyre, Ding dan Pilgram, serta Poerwanto yang dikutip oleh Yoeti, jika pandangannya tentang pariwisata berkelanjutan, bahwa idealnya pengembangan pariwisata harus berlandaskan pada 4 (empat) prinsip dasar yaitu:

- a. Keberlangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin adanya pemeliharaan dan proteksi sumber-sumber.
- b. Keberlangsungan kehidupan sosial budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui nilai-nilai yang diciptakan dan dianut bersama sebagai identitas dan kemandirian.
- c. Keberlangsungan perekonomian, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin adanya kesempatan bagi semua pihak untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi melalui suatu kompetensi yang sehat.
- d. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

“Pada perkembangannya, empat prinsip dasar tersebut menjadi perlu untuk diperluas sesuai dengan perkembangan kebutuhan secara integral. Oleh karena itu, perlu ditambah dua prinsip lagi yaitu keberlangsungan warisan atau peninggalan artefak seperti benda-benda seni, arsitektur, kesenian dan kekuatan moral. Kedua prinsip tersebut diperlukan untuk mendorong agar pariwisata tidak lagi hanya sebagai sebuah komoditi yang mengutamakan keuntungan ekonomi (Yoeti, 2006:241)”.



## 5. Tujuan dan Sasaran Pengembangan Pariwisata

Pariwisata telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi yang penting. Bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Sehingga, pembangunan dan pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan lagi melalui kebijakan-kebijakan pengembangan pariwisata. Banyak usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di Indonesia. Tujuannya adalah agar lebih banyak wisatawan berkunjung lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya selama berkunjung ke tempat wisata.

Berdasarkan tujuan utama dari pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan nilai ekonomi, seperti halnya menurut Marpaung (2002:19) yang menyatakan bahwa sesuai dengan perkembangannya,

“Pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat, pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada masyarakat setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dengan adanya perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya pariwisata dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata. Sehingga pengembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada”.

Telah jelas dinyatakan mengenai tujuan pengembangan pariwisata. Selanjutnya, adalah sasaran-sasaran dalam pengembangan pariwisata. Direktorat Jenderal Pariwisata dibentuk untuk memenuhi kebutuhan sasaran nasional dan pelaksanaan kebijakan umum kepariwisataan, antara lain:

- a. Penerimaan devisa yang meningkat;



- b. Pengembangan ekonomi yang memberikan kesempatan kerja;
- c. Pendapatan nasional meningkat, lebih banyak penerimaan pajak, perluasan prasarana;
- d. Pendapatan umum diluar negeri menguntungkan dan peningkatan pengetahuan di negara-negara lain mengenai kebijaksanaan Indonesia;
- e. Apresiasi meningkat di luar negeri mengenai hasil dan kontribusi budaya Indonesia;
- f. Hubungan diplomatik dengan orang lain terbina baik.

Sasaran dalam negeri antara lain:

- a. Persatuan dan kesatuan identitas nasional Indonesia;
- b. Pengertian umum kelembagaan nasional dan dari kewajiban penduduk;
- c. Kesehatan dan kesejahteraan umum;
- d. Pertumbuhan ekonomi dan retribusi pendapatan nasional yang seimbang;
- e. Perhatian umum terhadap lingkungan;
- f. Preservasi tradisi atau adat istiadat daerah serta minoritas;
- g. Perlindungan dari hak perseorangan untuk berlibur.

Berdasarkan adanya tujuan dan sasaran yang jelas dalam pengembangan pariwisata, diharapkan mampu untuk mempermudah pencapaian tujuan dari pengembangan pariwisata tersebut.

## **6. Faktor Pendorong Pengembangan Pariwisata**

Kebutuhan pariwisata akan terus meningkatkan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dunia, serta perkembangan penduduk dunia yang

semakin membutuhkan *refreshing* akibat dari semakin tingginya kesibukan kerja.

Menurut Fandeli (1995) dalam Seobagyo (2012:155), faktor yang mendorong manusia berwisata adalah:

- a. Keinginan untuk melaksanakan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan untuk mengubah suasana dan memanfaatkan waktu senggang.
- b. Kemajuan pembangunan dalam bidang komunikasi dan transportasi.
- c. Keinginan melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai budaya masyarakat dan di tempat lain.
- d. Meningkatkan pendapatan yang dapat memungkinkan seseorang dapat dengan bebas melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya.

Faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia menurut

Spilane (1987) dalam Soebagyo (2012:155) antara lain:

- a. Berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibandingkan dengan waktu lalu.
- b. Menurunnya nilai ekspor pada sektor non migas.
- c. Adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten.
- d. Besarnya potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata.

Situasi dan kondisi sosio-ekonomis Indonesia saat ini memperlihatkan bahwa semakin berkurangnya lahan pertanian dan lapangan pekerjaan lainnya serta semakin rusaknya lingkungan akibat kegiatan industri andalan. Sektor pariwisata selain dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, juga akan merusak lingkungan bahkan sebaliknya merangsang pelestarian lingkungan hidup. Hal ini dapat dimaklumi karena pengembangan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari lingkungan hidup sebagai salah satu sarana atau objek wisata.

## 7. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi merupakan suatu cara yang sistematis atas berbagai langkah dan kebijakan yang akan ditempuh bagi penyelenggara pengembangan yang efektif sesuai dengan situasi, kondisi dan sumber daya yang dimiliki oleh lokasi wisata tersebut. Pelaksanaan pengembangan yang baik memerlukan suatu strategi yang baik pula. Hal tersebut perlu dilakukan agar nantinya selama proses kegiatan berlangsung materi-materi yang akan disampaikan dapat diterima secara utuh dan memberikan respon positif bagi para pengrajin dalam rangka mengembangkan potensi dan sumber daya yang dimiliki. Menurut Paturusi (2001) pengembangan merupakan suatu strategi yang perlu dilakukan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar obyek daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.

Strategi pengembangan menunjukan langkah-langkah yang sistematis untuk mencapai tujuan dan sasaran pengembangan yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2002:29) strategi pengembangan pariwisata terdiri dari:

- a. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata  
Menunjukkan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk pengembangan objek dan daya tarik wisata, pengembangan sasaran akomodasi, pengembangan aksesibilitas/angkutan wisata, makan, minum dan sebagainya.

Sejalan dengan teori Yoeti (2006:164) mengatakan bahwa suatu objek wisata memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati oleh pengunjung,

diantaranya adalah *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.

Dari ketiga kriteria diatas berkembangnya pariwisata di Banyuwangi dapat dilihat , antara lain :

1) *Something to See*

*Something to see* merupakan suatu obyek wisata yang dapat dinikmati wisatawan berupa tontonan maupun pemandangan dari suatu destinasi pariwisata.

2) *Something to Do*

*Something to do* merupakan kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata seperti fasilitas rekreasi baik itu arena bermain, olahraga, ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut.

3) *Something to Buy*

*Something to buy* merupakan fasilitas bagi wisatawan untuk berbelanja pada suatu obyek pariwisata, seperti belanja makanan dan souvenir khas daerah yang nantinya dapat dijadikan sebagai oleh-oleh.

b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi

- 1) Strategi pengembangan pasar, dalam strategi ini dirumuskan orientasi pasar yang akan diraih dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk menarik pasar tersebut dengan mempertimbangkan jenis dan potensi objek, daya tarik potensial yang ada, serta jenis atau bentuk pariwisata yang dikembangkan.
- 2) Strategi promosi, menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan daerah dalam mempromosikan daerahnya. Strategi ini dilakukan dengan mempertimbangkan sasaran dan target wisatawan akan diraih. Strategi yang diambil harus mendatangkan hasil sebesar mungkin dalam bentuk:
  - a) Perhatian masyarakat pada produk tersebut;
  - b) Kesan yang menyenangkan dari masyarakat terhadap produk tersebut;
  - c) Hasrat untuk membeli jika keadaan memungkinkan;
  - d) Upaya masyarakat untuk menanyakan lebih rinci tentang produk tersebut (Wahab, 1997: 161-162).

Pemasaran pariwisata merupakan salah satu strategi yang efektif dalam upaya pengembangan pariwisata. Menurut Wahab (2000:63)

mendefinisikan tentang pemasaran pariwisata sebagai upaya-upaya yang sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing, dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata.

c. Strategi Pemanfaatan Ruang Untuk Pariwisata

Strategi pemanfaatan ruang pariwisata pada lingkup kabupaten/kota memberikan gambaran dan indikasi lokasi-lokasi prioritas pengembangan, berdasarkan analisis terhadap potensi dan daya tarik wisata yang ada di wilayah tersebut, meliputi penetapan pusat-pusat pengembangan, penetapan jalur atau koridor wisata.

Berdasarkan teori Wall (1993) dalam Suwena (2010), menekankan pembangunan pariwisata berkelanjutan tidak hanya pada ekologi dan ekonomi, tetapi juga berkelanjutan kebudayaan karena kebudayaan juga merupakan sumber daya penting dalam pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, Suwena (2010), mengkategorikan suatu kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) secara ekologi berkelanjutan, yaitu pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif terhadap ekosistem setempat. Selain itu, konservasi merupakan kebutuhan yang harus diupayakan untuk melindungi sumber daya alam dan lingkungan dari efek negatif kegiatan wisata;
- 2) secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu pada kemampuan penduduk lokal untuk menyerap usaha pariwisata (industri dan wisatawan) tanpa menimbulkan konflik sosial;
- 3) secara kebudayaan dapat diterima, yaitu masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda (kultur wisatawan);
- 4) secara ekonomi menguntungkan, yaitu keuntungan yang diadaptasikan dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat”.

#### d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sesuai dengan landasan kewenangan sebagai daerah otonom menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah antara lain adalah penyiapan sumber daya manusia potensial. Yang dimaksud dengan sumber daya manusia pariwisata potensi menurut konsepsi nasional adalah sumber daya manusia pariwisata sebagai aset daerah yang memiliki standar kemampuan (*knowledge and skill*) menurut kompetensi keahlian yang diakui dan diterima oleh masyarakat pariwisata (user) serta dilandasi oleh dedikasi kebangsaan yang tinggi sehingga memiliki nilai kompetitif dan mampu berkiprah skala nasional dan internasional. Karena strategi ini merupakan strategi yang mendukung pengembangan produk dan pemasaran. Pengembangan sumber daya manusia dibidang kepariwisataan sangat penting dilakukan agar daerah yang akan mengembangkan pariwisata dapat menyediakan sendiri kebutuhan akan tenaga-tenaga pariwisata yang terlatih, sehingga dapat menyerap tenaga kerja lokal, disamping itu akan meningkatkan apresiasi dan pengertian terhadap pariwisata sehingga dapat memberikan pelayanan sesuai dengan dengan standar internasional. Strategi pengembangan sumber daya manusia antara lain:

Penyiapan tenaga terampil di bidang perhotelan, restoran, biro perjalanan dan pemandu wisata.

- 1) Peningkatan kemampuan berbahasa asing dikalangan *stakeholder* yang bergerak dibidang pariwisata; seperti tenaga kerja di pariwisata dan pemerintah daerah.
- 2) Peningkatan dan pemantapan kesiapan masyarakat sebagai tuan rumah.
- 3) Peningkatan kemampuan teknis di bidang manajemen kepariwisataan.
- 4) Peningkatan kemampuan di bidang perencanaan dan pemasaran pariwisata.

Menurut Yaman dan Mohd (2004, dalam Nurhidayati 2012) ditandai

dengan empat kondisi yaitu:

- 1) Anggota masyarakat harus berpartisipasi dalam proses perencanaan dan pembangunan pariwisata;
- 2) Pendidikan bagi tuan rumah, pelaku industri dan pengunjung/wisatawan;
- 3) Kualitas habitat kehidupan liar, penggunaan energi dan iklim mikro harus dimengerti dan didukung;
- 4) Investasi pada bentuk-bentuk transportasi alternatif.



Senada dengan pendapat Warsitaningsih, (2002) dalam Nandi (2016) bahwa dalam pengembangan pengetahuan tenaga kerja ditekankan pada tiga hal pokok antara lain:

- 1) Pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan bervariasinya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan di hotel, berbeda dengan pelayanan di tempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata.
- 2) Pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam bidang pelayanan.
- 3) Pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya.

Menurut Hadiwijoyo (2012) ada beberapa tahapan di dalam perencanaan pengembangan suatu kawasan wisata, antara lain:

- a. *Marketing research*
- b. *Situational analysis*
- c. *Marketing target*
- d. *Tourism promotion*
- e. Pemberdayaan masyarakat setempat

Untuk menjadikan suatu kawasan wisata menjadi obyek yang berhasil, haruslah memperhatikan faktor sebagai berikut:

- a. Faktor kelangkaan, yakni sifat obyek/atraksi wisata yang tidak dapat dijumpai di tempat lain.
- b. Faktor kealamian, sifat dari obyek/atraksi wisata yang belum tersentuh oleh perubahan akibat perilaku manusia.
- c. Faktor keunikan, yakni sifat/atraksi wisata yang memiliki keunggulan komparatif dibandingkan obyek lain.



- d. Faktor pemberdayaan masyarakat, faktor ini menghimbau agar masyarakat lokal benar-benar dilibatkan dan diberdayakan dalam perencanaan dan pengembangan obyek wisata yang ada di daerahnya.
- e. Faktor optimalisasin lahan, maksudnya adalah lahan yang dipakai sebagai kawasan wisata dipergunakan berdasarkan pertimbangan optimaslisasi sesuai dengan mekanisme pasar.
- f. Faktor pemerataan, harus diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan manfaat terbesar bagi kelompok masyarakat yang kurang beruntung khususnya bagi masyarakat di sekitar kawasan wisata serta memberikan kesempatan yang sama kepada individu sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan sinergis antara masyarakat setempat dengan pengelola kawasan wisata.

Untuk menciptakan kesuksesan dalam pengembangan pariwisata diperlukan pemahaman baik dari sisi pemerintah selaku regulator maupun dari swasta selaku pihak pengembang. Pemerintah tentu harus memperhatikan dan memastikan bahwa pengembangan pariwisata itu akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta dampak lingkungan sekecil mungkin. Di sisi lain, swasta yang lebih fokus dan berorientasi keunggulan tidak bisa seenak-enaknya melakukan segala sesuatu demi mencapai keuntungan, tetapi harus menyesuaikan dengan kebijakan dan regulasi dari pemerintah.

## 8. Peran *Stakeholder* dalam Pengembangan Pariwisata

### a. Peran Pemerintah

Pembangunan biasanya diidentifikasikan sebagai upaya yang secara sadar dilaksanakan oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah dalam rangka mencapai tujuan nasional melalui pertumbuhan dan perubahan secara terencana menuju masyarakat modern. Definisi tersebut terlihat bahwa tidak ada satu negara yang akan mencapai tujuan nasionalnya tanpa melakukan berbagai jenis kegiatan pembangunan. Terlihat bahwa proses pembangunan harus terus berkelanjutan karena tingkat kemakmuran, keadilan, dan kesejahteraan rakyat bersifat relatif dan tidak akan pernah dicapai secara pasti. Melaksanakan tugas pembangunan sangatlah penting dan merupakan tanggung jawab seluruh komponen masyarakat dan bukan tugas pemerintah semata-mata akan tetapi meskipun demikian, harus diakui bahwa pemerintah memainkan peranan yang dominan dalam proses pembangunan nasional. Menurut Siagian (1999:142) peran pemerintah dalam pembangunan antara lain:

#### 1) Peran selaku stabilisator

Salah satu ciri negara-negara terbelakang dan sedang membangun adalah labilnya situasi politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. Selain itu diakui bahwa dalam kondisi kehidupan kenegaraan dan masyarakat yang tidak stabil, sukar mengharapkan terselenggaranya berbagai kegiatan pembangunan. Oleh karena itu nilai yang sangat sederhana akan membenarkan pandangan bahwa salah satu peran yang sangat penting harus dimainkan pemerintah secara efektif ialah peran selaku stabilisator, stabilisator di bidang politik maupun ekonomi.

2) Peran selaku innovator

Inovasi merupakan salah satu produk dari kreativitas. Ditinjau dari segi administrasi pembangunan, inovasi berarti temuan baru, metode baru, sistem baru, dan cara berfikir baru. Dengan demikian dalam memainkan selaku innovator, pemerintah sebagai keseluruhan harus menjadi sumber dari hal-hal baru.

3) Peran selaku modernisator

Melalui pembangunan, setiap negara ingin menjadi negara yang modern. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan antara lain: (a) penguasaan ilmu dan teknologi, (b) kemampuan dan kemahiran manajerial, (c) kemampuan mengolah kekayaan alam yang dimiliki sehingga menjadi nilai tambahan yang tinggi, (d) sistem pendidikan nasional yang handal yang menghasilkan sumber daya manusia yang produktif, (e) landasan kehidupan politik yang kukuh dan demokratis, (f) memiliki visi yang jelas tentang masa depan yang diinginkan, (g) rakyat yang diberdayakan sehingga mampu mengambil keputusan rasional tentang “nasibnya”, (h) ketersediaan mengambil resiko dan (i) orientasi masa depan, serta (j) bersedia menerima perubahan.

Sudah tentu masyarakat demikian tidak akan berwujud dengan sendirinya. Untuk mewujudkannya diperlukan pembangunan yang sistematis, programatis dan berkelanjutan. Pemerintah yang bertugas untuk “mengiring” masyarakat kearah kehidupan modern. Pengalaman banyak negara menunjukan bahwa agar pemerintah mampu memainkan peranan penting itu proses modernisasi harus terjadi dilingkungan birokrasi pemerintah sendiri.

4) Peran selaku pelopor

Di atas telah disinggung bahwa pemerintah harus terlebih dahulu menerapkan inovasi dalam tubuh pemerintah itu sendiri. Secara eksplisit pandangan itu juga berarti bahwa pemerintah harus memainkan peranan selaku pelopor dalam berbagai segi kehidupan bernegara. Dengan kata lain, selaku pelopor aparatur pemerintah harus menjadi panutan bagi seluruh masyarakat.

5) Peran selaku pelaksana sendiri

Meski benar bahwa pelaksanaan berbagai kegiatan pembangunan merupakan tanggung jawab nasional dan bukan menjadi beban pemerintah semata-mata, karena berbagai pertimbangan, seperti keselamatan negara, modal yang terbatas, kemampuan yang masih belum memadai, karena tidak diminta oleh masyarakat dan karena secara konstitusional memang merupakan tugas pemerintah, sangat mungkin terdapat berbagai kegiatan yang tidak bisa diserahkan kepada pihak swasta melainkan harus diselenggarakan sendiri oleh pemerintah.

Kovner dalam Anonymous (2006) menyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) peran pemerintah dalam pembangunan, yaitu sebagai (1) regulator, (2) pemberi biaya, dan (3) pelaksanaan kegiatan. *Pertama*, peran pemerintah sebagai regulator merupakan hal penting, dalam hal ini pengaturan dan pengawasan dalam pelaksanaan pengembangan tidak bisa begitu saja dibiarkan tanpa adanya campur tangan pemerintah. *Kedua*, bukan hanya pemerintah yang bertindak sebagai penyedia biaya dalam pembangunan, tetapi masih ada pihak swasta yang juga memberikan peran yang sangat kuat dalam pembangunan. Keterbatasan yang dimiliki oleh pemerintah menjadi peran swasta ini lebih muncul di permukaan. Meskipun demikian, swasta juga tidak akan pernah ada tanpa persetujuan dari pemerintah. *Ketiga*, pemerintah sebagai pelaksana kegiatan. Artinya pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan tentang adanya pelaksanaan suatu program perencanaan dalam pembangunan yang sedang dijalankan. Pelaksanaannya pemerintah tidak akan berjalan tanpa ada kekuatan dari masyarakat dan adanya peran dari swasta.

Peran dan tanggung jawab pemerintah, Menurut Pitana (2009: 114) mengungkapkan bahwa peran dan tanggung jawab pemerintah dalam implementasi kebijakan pariwisata mencakup beberapa hal seperti: pembangunan dan pengembangan infrastruktur, aktifitas pemasaran dan promosi, peningkatan kualitas budaya dan lingkungan serta pengembangan sumber daya manusia.

Berdasarkan uraian diatas Kabupaten Banyuwangi melaksanakan pembangunan berbagai bidang, akan tetapi pembanguan sektor pariwisata yang menjadi pembangunan yang sangat penting, karena dengan adanya

pembangunan sektor pariwisata akan mendorong pertumbuhan perekonomian nasional maupun daerah.

b. Peran sektor Swasta

Pengembangan sektor pariwisata, tidak akan berjalan dengan maksimal bila tidak ada campur tangan dari sektor swasta sebagai pihak investor yang juga secara langsung memberikan kontribusi terhadap kemajuan pengelolaan potensi pariwisata. Seperti yang dijelaskan oleh Bambang Sunaryo bahwa :

“Bercermin pada keberhasilan sejumlah pengembangan *good tourism governance* dalam pembangunan kepariwisataan di negara lain, salah satu jawaban terhadap isu terkait dengan kelangkaan modal dan profesionalisme sumber daya manusia di sektor publik. (pemerintah) adalah dijalinnya kerjasama strategis antara pemerintah dan swasta dalam merencanakan dan mengembangkan berbagai inisiatif program pembangunan kepariwisataan (Sunaryo, 2013:90)”.

Sedangkan menurut Yoeti, Oka A. (1996) bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata tergantung pada aspek 3A yaitu *attraction* (atraksi), *accessibility* (mudah dicapai), *aminities* (fasilitas). Oleh karena itu, kerjasama antara pihak swasta dan pemerintah sangat diperlukan, sebagai dukungan dan juga penerapan 3A dalam mengembangkan sektor pariwisata di daerah.

c. Peran serta Masyarakat

Pengembangan pariwisata, masyarakat menjadi salah satu aktor penting yang harus ikut serta baik dalam perencanaan hingga implementasi program-program pengembangan pariwisata. Menurut Sunaryo (2013:219)

upaya pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan pada hakekatnya harus diarahkan pada hal-hal berikut ini:

- 1) Meningkatkan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pengembangan kepariwisataan;
- 2) Meningkatkan posisi dan kualitas keterlibatan/partisipasi masyarakat dalam pengembangan kepariwisata;
- 3) Meningkatkan nilai manfaat positif pembangunan kepariwisataan bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat; dan
- 4) Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata.

Sedangkan Menurut Pitana (2000) dalam Arismayanti (2010), memunculkan konsep pariwisata kerakyatan yang memiliki karakteristik ideal, antara lain :

- 1) Skala usaha yang dikembangkan adalah skala kecil sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah di dalam pengusahaannya;
- 2) Pelakunya, adalah masyarakat menengah ke bawah atau biasanya didominasi oleh masyarakat lokal;
- 3) Input yang digunakan, baik sewaktu konstruksi maupun operasional berasal dari daerah setempat atau komponen importnya kecil;
- 4) Aktivitas berantai yang ditimbulkan sangat banyak, baik secara individu maupun kelembagaan akan semakin besar yang konsekuensinya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat lokal;
- 5) Berbasis kebudayaan lokal karena pelakunya adalah masyarakat lokal;
- 6) Ramah lingkungan, karena terkait dengan tidak adanya konversi lahan secara besar-besaran serta tidak adanya pengubahan bentang alam yang berarti;
- 7) Tidak seragam, karena bercirikan keunikan daerah setempat;
- 8) Menyebar diberbagai daerah.

Sejalan dengan teori dari Muallissin dalam (Untari, 2009:24) merupakan pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial, dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat setempat guna membantu para wisatawan untuk meningkatkan kesadaran



mereka dan belajar tentang tata cara hidup masyarakat lokal (*local way of life*).

#### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan analisis kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) yang dihadapi suatu perusahaan. Melalui analisis SWOT, para manajer menciptakan tinjauan sepintas (overview) secara cepat mengenai situasi strategik perusahaan.

Perusahaan harus melakukan usaha untuk mengidentifikasi kekuatan serta kelemahannya. Akan tetapi, ini merupakan proses yang sangat sulit. Banyak perusahaan terutama yang besar hanya mempunyai dugaan yang samar-samar mengenai sifat dan tingkat kompetensi yang dipunyainya. Tingkat keanekaragaman dari tahap produksi dan salingtindihan di antara lini produksi dapat menghalangi penilaian kekuatan bersaing dari sebuah lini produk tertentu. Namun, pengorbanan sebuah strategi bersaing tergantung pada keberadaan perspektif yang menyeluruh mengenai kekuatan dan kelemahan. Kekuatan-kekuatan yang unik dapat berada diberbagai bidang bisnis yang berbeda yang mungkin berdampak pada perusahaan secara menyeluruh. Disamping kesulitan-kesulitan prosedur yang dihadapi para manajer dalam usaha untuk mengukur kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan, kebutuhan akan analisis yang situasional, kebutuhan untuk menjaga diri, keinginan untuk mempertahankan status quo, serta masalah-masalah mengenai definisi dan kemampuan untuk melakukan perhitungan semakin menyulitkan proses tersebut. Meskipun demikian, dalam mempelajari kekuatan dan kelemahan, perusahaan dapat



menemukan peluang-peluang yang mungkin akan terlewat jika kekuatan dan kelemahan dari sebuah perusahaan tidak dipelajari.

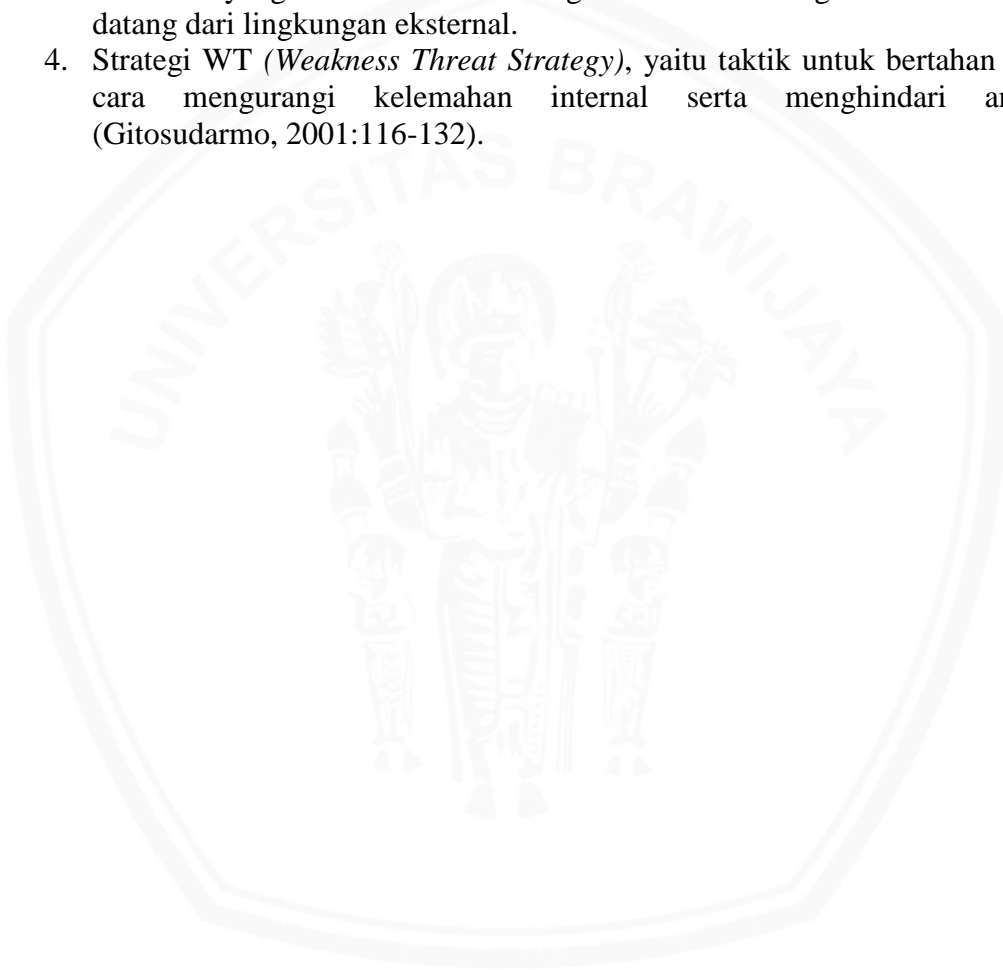
Alat yang digunakan dalam analisis SWOT pada penelitian ini adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT merupakan suatu alat untuk mencocokkan yang sangat penting bagi para manajer mengembangkan 4 (empat) jenis strategi, yaitu:

**Tabel 4. Matriks SWOT**

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor-faktor kekuatan internal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor-faktor kelemahan internal</li> </ul>
OPPORTUNITIES (O) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor-faktor peluang eksternal</li> </ul>	STRATEGI (SO) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</li> </ul>	STRATEGI (WO) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk memanfaatkan peluang</li> </ul>
THREATS (T) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor-faktor ancaman eksternal</li> </ul>	STRATEGI (ST) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</li> </ul>	STRATEGI (WT) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman</li> </ul>

Sumber : Freddy Rangkuti (2014:83)

1. Strategi SO (*Strength Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk menarik keuntungan dari peluang yang ada dilingkungan eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness Opportunity Strategy*), yaitu analisis strategi yang diterapkan untuk memperbaiki kelemahan lingkungan internal dengan memanfaatkan peluang yang ada dari lingkungan eksternal.
3. Strategi ST (*Strength Threat Strategy*), yaitu analisis dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari atau mengatasi ancaman yang datang dari lingkungan eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness Threat Strategy*), yaitu taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman (Gitosudarmo, 2001:116-132).



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal tersebut dikarenakan peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan, untuk melihat situasi dan kondisi yang unik dalam Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Sugiyono (2014:6), bahwa metode kualitatif atau survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode penelitian kualitatif atau naturalistik digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, dan penelitian tidak membuat perlakuan, karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat *emic*, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti.

Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2013:5), menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen. Metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau

memberikan gambaran terhadap suatu fenomena maupun peristiwa yang sesungguhnya terjadi. Disini peneliti bermaksud menggambarkan tentang strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan penelitian kualitatif, gejala yang terdapat pada lapangan itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti. Berdasarkan keseluruhan situasi sosial tersebut mencakup aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*), yang berinteraksi secara sinergis.

Menurut Spradley dalam Sugiyono (2014:208), bahwa fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih didasarkan pada tingkatan kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Adapun fokus penelitian ini adalah :

1. Strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, yang meliputi :
  - a. Strategi pengembangan produk pariwisata
  - b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi
  - c. Strategi Pemanfaatan Ruang Untuk Pariwisata
  - d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

2. Peran *stake holder* dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, yang meliputi :
  - a. Peran pemerintah
  - b. Peran serta pihak swasta
  - c. Peran serta masyarakat
3. Faktor internal dan eksternal Pemerintah Daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, yang meliputi :
  - a. Faktor Internal
    - 1) Kekuatan
      - a) Peran pemerintah daerah dalam pengembangan produk pariwisata
      - b) Keinginan pemerintah daerah menjadikan Banyuwangi sebagai kota pariwisata
      - c) Kualitas sumberdaya manusia yang memadai
    - 2) Kelemahan
      - a) Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata
      - b) Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata
      - c) Kurangnya tenaga ahli bahasa asing
  - b. Faktor penghambat.
    - 1) Peluang
      - a) Jumlah pengunjung meningkat
      - b) Pengembangan produk pariwisata baru
      - c) Pertumbuhan ekonomi masyarakat meningkat

## 2) Ancaman

- a) Persaingan yang relatif ketat antar desa dalam penawaran produk pariwisata
- b) Rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal
- c) Kesenjangan ekonomi

### **C. Lokasi dan Situs Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data dan juga informasi yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyuwangi, alasan peneliti memilih Kabupaten Banyuwangi karena perkembangan pariwisata di Banyuwangi sangat berubah drastis dimasa kepemimpinan Abdullah Azwar Anas. Sedangkan yang dimaksud dengan situs penelitian yaitu tempat dimana peneliti akan menangkap keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Situs penelitian di tentukan dengan tujuan untuk memudahkan penetapan lokus agar tidak melusa. Adapun situs penelitian ini sendiri yaitu juga di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, alasan peneliti memilih situs tersebut karena Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi diberi wewenang untuk melakukan pengembangan pariwisata.

### **D. Jenis Dan Sumber Data**

Menurut Moleong (2013:157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan, dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan

lain-lain. Data-data yang diperoleh dapat memberikan dukungan atas analisis-analisis yang akan peneliti lakukan terhadap objek atau sasaran penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini akan dikelompokkan dua jenis data berdasarkan cara memperolehnya.

Menurut Arikunto (2002:129) sumber data dapat dibedakan menjadi 3 macam yaitu:

1. *Person*, yaitu sumber data yang bisa memberikan data yang berupa jawaban lisan, atau jawaban yang tertulis melalui angket. Sumber data ini adalah berupa orang perorangan yang dapat dijadikan sumber penelitian melalui wawancara.
2. *Place* atau peristiwa yaitu sumber data yang dapat menyajikan keadaan yang terjadi baik dalam bentuk diam dan bergerak.
3. *Paper* atau dokumen yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa gambar, angka, atau huruf. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data dan arsip yang berada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Sedangkan jenis data terdiri dari 2 jenis sumber data yaitu data utama atau primerdata tambahan atau sekunder. Berdasarkan hal tersebut, jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah :



## 1. Data Primer

Sumber data diperoleh oleh peneliti secara langsung dalam melakukan penelitian, obyek penelitian meliputi observasi (pengamatan) dan melalui wawancara mendalam dengan orang atau pihak-pihak yang memiliki otoritas maupun yang mampu memberikan informasi secara detail kepada peneliti terkait Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Data ini didapat melalui wawancara kepada beberapa orang narasumber antara lain :

- a. M Yanuarto Bramuda (Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)
- b. Sonny (Kepala Bidang Pariwisata)
- c. Darmanto (Kepala Sub Bidang Pariwisata)
- d. Marhen (Kepala Bidang Pemasaran)
- e. Alimi (Kepala Sub Bidang Pemasaran)

## 2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dilapangan penelitian atau dalam arti lain tidak diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti yaitu melalui sumber buku, majalah ilmiah, dokumen, arsip, laporan, catatan, dan lain-lain yang banyak memuat informasi ataupun data-data yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata yang diperoleh dan dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Sumber data sekunder yang digunakan yaitu :

- a. RPJMD Kabupaten Banyuwangi 2016-2021
- b. Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi
- c. RENSTRA DISBUDPAR Kabupaten Banyuwangi
- d. Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Banyuwangi
- e. Perda Kabupaten Banyuwangi No. 1 Tahun 2017 Tentang Desa Wisata
- f. Majalah Pemasaran Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
- g. Brosur Jadwal Banyuwangi Festival Tahun 2018

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2014:293), teknik pengumpulan data merupakan cara peneliti mendapatkan data yang akan dibutuhkan. Adapun dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi partisipan, wawancara mendalam studi dokumentasi, dan gabungan dari ketiganya atau triangulasi. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2014:226) bahwa, observasi dasar semua ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Berdasarkan pernyataan hal tersebut, dapat disimpulkan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan agar peneliti dapat meneliti obyek atau situasi social yang diamati. Penelitian ini menggunakan jenis observasi terus terang.

Sehingga dalam observasi terus terang, sumber data akan mengetahui adanya kegiatan penelitian ini dari awal sampai akhir yang dilakukan peneliti.

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan dalam penelitian sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tapi tidak menutup kemungkinan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014:231) bahwa, wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Susan Stainback dalam Sugiyono (2014:232) yang menyimpulkan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggabungkan teknik observasi partisipatif dengan menggunakan wawancara mendalam.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen, data, atau arsip yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data diperoleh dari instansi, kantor, atau tempat yang telah ditetapkan menjadi lokasi penelitian.

## F. Instrumen Penelitian

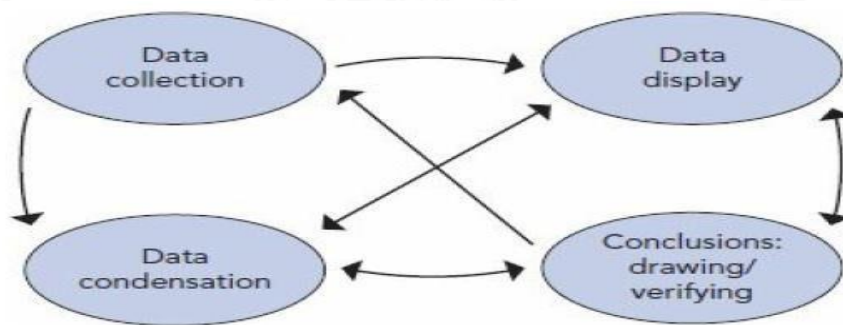
Terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2014:222) dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan. Oleh sebab itu, maka kehadiran peneliti di lapangan merupakan sebuah kewajiban dan peneliti dalam menjadi alat instrumen tentunya harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas sehingga mampu memotret, bertanya, menganalisa dan mengkonstruksi permasalahan sosial yang diteliti.

## G. Analisis Data

Peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan peneliti ingin menjawab pertanyaan yang sedang muncul dibenak peneliti, dan juga untuk menjawab dan mengungkapkan fenomena sosial. Oleh karena itu dalam rangka menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian, maka peneliti harus mengadakan analisis data terhadap data yang diperoleh. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Sugiyono (2009:244):

“Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisa data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.”

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang meliputi analisis-analisis berdasarkan obyek penelitian yang telah disusun sebelumnya sehingga penelitian ini dapat lebih terarah. Selain itu dalam penelitian kualitatif analisa data harus dilakukan sejak awal dan dituangkan dalam bentuk tulisan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rancangan analisa data menurut model interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hal ini dikarenakan sifat penelitian ini bersifat interaktif, yaitu peneliti melakukan penelitian lapangan dan berinteraksi secara langsung dengan sumber informan. Dalam menganalisis data penelitian, peneliti mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (1992). Akan tetapi terdapat beberapa perubahan dalam analisis data interaktif yang dikemukakan Miles dan Hubberman pada buku terbarunya edisi tiga. Adapun model analisis data interaktif yang diperbarui oleh Miles dan Hubberman sebagai berikut:



**Gambar 2. Komponen Analisis Data Model Interaktif**

*Sumber : Matthew B. Miles dan Hubberman (2014:33)*

Dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif, sesuai dengan gambar bagan diatas, analisis datanya dilakukan sepanjang penelitian dan dilakukan terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian. Penjelasan lebih lanjut dari gambar bagan diatas antara lain sebagai berikut.

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Tahap ini merupakan aktivitas mengumpulkan data sesuai dengan jenis dan sifat data yang telah ditentukan sebelumnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik yakni dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada kegiatan wawancara, peneliti menggunakan informan dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai sumber pengumpulan data, sedangkan observasi dan dokumentasi dilakukan peneliti untuk dapat menguatkan data-data yang peneliti temukan melalui proses wawancara.

2. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

Tahap ini merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi, dan/atau merubah data yang telah ditemukan di lapangan berdasarkan catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen dan fakta empiris yang ada di lapangan. Melalui tahap kondensasi inilah data yang didapatkan akan menjadi lebih kuat.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Pada tahap ini dilakukan pengklasifikasian atau menyederhanakan kumpulan informasi yang didapat dari pengumpulan data sehingga memudahkan peneliti

memahami makna dari suatu data yang telah didapat. Kemudian kegiatan ini dilanjutkan dengan penyederhanaan data yang didapat dari lapangan dan kemudian disajikan oleh peneliti. Tindakan dalam melakukan penyajian data ini didasarkan pada pemahaman peneliti terkait hal apa yang diteliti.

4. *Drawing and Verifying Conclusion* (Pengambilan Kesimpulan)

Dalam proses ini data yang telah dikondensasi serta dirangkaikan secara sistematis, selanjutnya diambil kesimpulannya. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini yaitu kesimpulan yang berhubungan dengan fokus penelitian yaitu strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

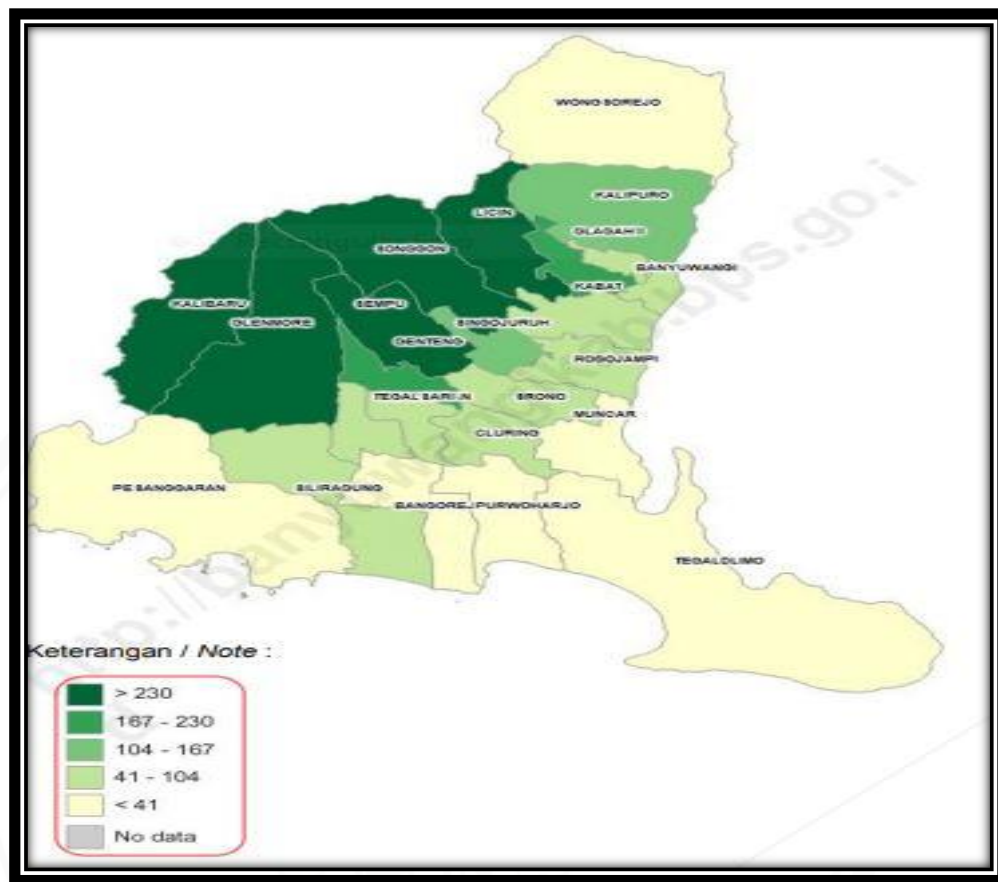
##### 1. Gambaran Umum Kabupaten Banyuwangi

###### a. Letak Geografis dan Administrasi

Secara geografis, Kabupaten Banyuwangi terletak antara 7043' s/d 8046' Lintang Selatan dan 113053' s/d 114038' Bujur Timur yang terbagi atas dataran tinggi yang berupa daerah pegunungan, merupakan daerah penghasil berbagai produksi perkebunan. Dataran rendah dengan berbagai potensi yang berupa produksi tanaman pertanian, serta daerah sekitar garis pantai yang membujur dari sepanjang kurang lebih 175 km arah utara ke selatan yang merupakan daerah penghasil berbagai biota laut dengan panjang pantai 175,8 km.

Kabupaten Banyuwangi terletak di ujung timur Pulau Jawa, memiliki luas wilayah 5.782,50 km<sup>2</sup> atau 578.250 Ha dengan batas-batas administrasi wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara	: Kabupaten Situbondo,
Sebelah Timur	: Selat Bali,
Sebelah Selatan	: Samudra Indonesia,
Sebelah Barat	: Kabupaten Jember dan Kabupaten Bondowoso.



**Gambaran 2. Peta Administratif Kabupaten Banyuwangi**

*Sumber: Kabupaten Banyuwangi dalam Angka 2017*

Luas wilayah dari Kabupaten Banyuwangi 5.782,50 km<sup>2</sup> yang terbagi dari luas area kawasan hutan mencapai 183.396,34 Hektar atau 14,21%, luar area persawahan sekitar 66,152 Hektar atau 11,44%, area perkebunan dengan luas sekitar 82.143,63 Hektar atau 14,21%, area pemukiman dengan luas sekitar 127.454,22 Hektar atau 22,04%, sisanya digunakan untuk jalan, ladang dan lain-lainnya. Secara administratif Kabupaten Banyuwangi terdiri dari 24

Kecamatan, 28 Kelurahan dan 189 Desa. Untuk lebih lengkapnya mengenai data pembagian wilayah administrasi Kabupaten Banyuwangi ke dalam unit-unit wilayah yang lebih kecil dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 5. Jumlah Kecamatan Desa dan Kelurahan  
Kabupaten Banyuwangi**

No	Kecamatan	Jumlah	
		Desa	Kelurahan
1.	Pesanggaran	5	-
2.	Siliragung	5	-
3.	Bangorejo	7	-
4.	Purwoharjo	8	-
5.	Tegaldlimo	9	-
6.	Muncar	10	-
7.	Cluring	9	-
8.	Gambiran	6	-
9.	Tegalsari	6	-
10.	Glenmore	7	-
11.	Kalibaru	6	-
12.	Genteng	5	-
13.	Srono	10	-
14.	Rogojampi	18	-
15.	Kabat	16	-
16.	Singojuruh	11	-
17.	Sempu	7	-
18.	Songgon	9	-
19.	Glagah	8	2
20.	Licin	8	-
21.	Banyuwangi	-	18
22.	Giri	2	4
23.	kalipuro	5	4
24.	Wongsorejo	12	-

*Sumber : RPJMD Kabupaten Banyuwangi 2016-2021*

**b. Lambang Daerah Kabupaten Banyuwangi**

**Gambar 3. Lambang Daerah Kabupaten Banyuwangi**

Sumber : [www.banyuwangikab.go.id](http://www.banyuwangikab.go.id)

1) Makna Bentuk Lambang

a) Daun Lambang Berbentuk Perisai

Ditengah-tengah lambang berdiri tegak lurus garis berwarna putih membelah dasar lambang secara simetris menjadi dua bagian sebelah kiri warna hitam, bagian sebelah kanan warna hijau.

b) Dalam Lambang Tertulis Peta Kabupaten Banyuwangi.

Dengan dibatasi oleh gambar padi berbutir 17 sebelah kanan dan 8 buah kapas sebelah kiri. Selat Bali dan Samudra Indonesia serta Kawah Ijen dilukiskan dengan warna biru.

c) Di Bagian Atas Tengah

Yakni di atas Peta Kabupaten Banyuwangi terlukiskan sebuah bintang bersudut lima dengan warna kuning emas melekat pada garis tegak lurus tersebut di atas. Bintang tersebut bersinar lima.

d) Pita Kuning

Menghiasi bagian bawah dengan berisikan tulisan B A N Y U W A N G I, dengan warna merah.

e) Pita Putih Sebagai Dasar

Pada bagian bawah di luar daun lambang dengan berisikan tulisan “SATYA BHAKTI PRAJA MUKTI”, berwarna hitam, yang menyatu garis tepi perisai.

2) Makna Bagian-Bagian Lambang

a) Daun Lambang Berbentuk Perisai

Merupakan lambang keamanan dan ketentraman serta kejujuran melambangkan dasar dan keinginan hidup rakyat Kabupaten Banyuwangi.

b) Bintang Dengan Warna Kuning Emas

Merupakan lambang Ketuhanan Yang Maha Esa, bersudut lima dan bersinar lima dengan garis tegak berarti berdiri tegak atas dasar Pancasila yang merupakan dasar dan falsafah Negara yang senantiasa dijunjung tinggi serta selalu menyinari jiwa rakyat Kabupaten

Banyuwangi. Bintang bersinar lima menyinari Peta Kabupaten Banyuwangi, padi dan kapas.

c) Padi dan Kapas

Lambang sandang pangan yang menjadi kebutuhan pokok rakyat sehari-hari, gambar padi berbutir 17 buah dan kapas 8 buah melambangkan saat-saat kramat bagi Bangsa Indonesia yaitu tanggal 17 Agustus 1945.

d) Peta Kabupaten Banyuwangi

Yang terdapat banyak sungai-sungai dilukiskan warna kuning dan hijau serta di lingkungan Selat Bali dan Samudra Indonesia melambangkan sumber kemakmuran daerah.

e) Pita Berisikan Tulisan Banyuwangi

Menunjukkan daerah Kabupaten Banyuwangi.

f) Padi Dasar Dengan Warna Putih

Berisikan tulisan SATYA BHAKTI PRAJA MUKTI menunjukkan makna selalu mengabdikan kepada kebenaran demi kesejahteraan dan kebahagiaan rakyat.

## **2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi beralamat di jalan Ahmad Yani No 78. Berada di pusat kota Kabupaten Banyuwangi.

**a. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menjalankan tugas berpedoman pada Visi dan Misi Dinas, adapun yang menjadi Visi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi adalah:

**“Mewujudkan Banyuwangi Sebagai Daerah Tujuan Wisata Nasional Yang Berbasis Kebudayaan Dan Potensi Alam Serta Lingkungan”.**

Maksud Penjelasan dari visi di atas merupakan :Pariwisata Kabupaten Banyuwangi diperlukan dukungan semua pihak untuk penciptaan kondisi keamanan yang kondusif, bersih, indah, aman, ramah, dan penyediaan sarana dan prasarana pariwisata yang mendorong pertumbuhan sektor kebudayaan dan pariwisata serta membangun citra Kabupaten Banyuwangi sebagai tempat wisata yang berbasis kebudayaan dan potensi alam serta lingkungan sekaligus terposisi sebagai pintu gerbang pariwisata, maka Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi adalah :

- 1) Memberikan pelayanan prima terhadap para pelaku usaha industri pariwisata, wisatawan, dan seluruh lapisan masyarakat;
- 2) Mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia, aparat, para pelaku usaha industri pariwisata dan peran serta masyarakat;
- 3) Memasyarakatkan sadar wisata dalam rangka terwujudnya sapta pesona, promosi dan hubungan lembaga wisata;



- 4) Menumbuhkembangkan kemitraan dengan para pelaku usaha industri pariwisata dan masyarakat;
- 5) Menumbuhkembangkan potensi objek wisata yang berdaya saing;
- 6) Menumbuhkembangkan nilai luhur budaya masyarakat Kab. Banyuwangi;
- 7) Menggalakkan pelestarian dan pemeliharaan Benda Cagar Budaya dan Kepurbakalaan.
- 8) Menggali, melestarikan dan mengembangkan potensi seni dan budaya, adat-istiadat serta peninggalan sejarah menjadi destinasi wisata.
- 9) Menciptakan iklim investasi dan investor yang kondusif dan program isentif dibidang pariwisata.
- 10) Menciptakan dan mendorong kerjasama dengan sektor lainnya dalam rangka menciptakan usaha pariwisata.

**b. Tujuan dan Sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten**

**Banyuwangi**

**1) Tujuan**

Tujuan merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh suatu organisasi, dimana pencapaian target-target tersebut merupakan ukuran dari keberhasilan kinerja faktor-faktor penentu keberhasilan suatu organisasi. Oleh karena itu, tujuan merupakan bagian integral dari proses

manajemen strategi yang didalamnya mengandung usaha untuk melaksanakan keinginan. Tujuan yang ditetapkan untuk mencapai visi dan misi adalah “Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, inklusif sektor pariwisata”.

## 2) Sasaran

Organisasi merupakan bagian integral dalam proses perencanaan strategis organisasi sehingga harus disusun secara konsisten dengan perumusan visi, misi dan tujuan organisasi. Fokus utama penentuan sasaran adalah tindakan dan alokasi sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan pencapaian kinerja yang diinginkan. Sasaran merupakan hasil yang akan dicapai dalam rumusan yang spesifik, terukur, dalam kurun waktu tertentu secara berkesinambungan sejalan dengan tujuan yang ditetapkan. Sasaran yang ditempuh untuk mencapai tujuan adalah “Meningkatkan pemanfaatan potensi pariwisata dan kebudayaan bagi masyarakat”.

### **c. Tugas Pokok, Fungsi dan Kondisi Pelayanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata. Untuk melaksanakan tugas dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi :

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata;

- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata;
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan dan pariwisata;
- 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya.

Untuk mencapai tugas pokok dan fungsinya dimaksud, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi memberikan beberapa pelayanan, yaitu :

- 1) Seketariat
- 2) Bidang Kebudayaan
- 3) Bidang Produk Pariwisata
- 4) Bidang Pemasaran

Berdasarkan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 52 Tahun 2011 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Organisasi Perangkat Daerah Nomor 6 Tahun 2011, dapat dijelaskan sebagai berikut :

**1) *Kapala Dinas***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
- b) Melaksanakan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;

- c) Mengkoordinasikan pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
  - d) Mengendalikan terhadap pelaksanaan program dan kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata;
  - e) Melaksanakan pembinaan pegawai di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
  - f) Memonitor serta mengevaluasi pelaksanaan tugas bawahan agar sasaran dapat dicapai sesuai dengan program kerja dan ketentuan yang berlaku;
  - g) Menilai prestasi bawahan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan karier;
  - h) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya;
  - i) Menyampaikan laporan hasil evaluasi, saran dan pertimbangan di bidang tugas dan fungsinya kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.
- 2) **Sekretaris** mempunyai tugas pokok menyusun rencana kegiatan tahunan dan pengendalian serta pengelolaan keuangan dan urusan umum. Untuk melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud, Sekretariat mempunyai fungsi :
- a) Penyelenggaraan administrasi umum untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas.

- b) Penyelenggaraan hubungan kerja di bidang administrasi dengan satuan kerja perangkat daerah terkait
- c) Pengkoordinasian kegiatan di lingkungan Dinas.
- d) Pelaksanaan tugas lain yang di berikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

***Sekretaris***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Sekretariat berdasarkan Rencana Kerja Dinas.
- b) Penyelenggarakan administrasi umum untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi dinas.
- c) Penyelenggarakan hubungan kerja di bidang administrasi dengan satua kerja perangkat daerah terkait.
- d) Mengkoordinasikan kegiatan di lingkungan Dinas.
- e) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- f) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- g) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- h) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

***Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Sub Bagian Administrasi Umum dan Kepegawaian sesuai dengan rencana kerja Dinas.

- b) Melaksanakan pelayanan administrasi umum, urusan dalam, urusan surat menyurat, ketatalaksanaan dan kepegawaian.
- c) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- d) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- e) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- f) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

***Kepala Sub Bagian Keuangan dan Perlengkapan***, mempunyai tugas:

- a) Menyusun rencana Sub Bagian Keuangan dan Perlengkapan sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b) Melaksanakan pelayanan administrasi keuangan dan inventaris.
- c) Menyusun rencana kebutuhan dan mendistribusikan barang perlengkapan.
- d) Menyiapkan bahan untuk penghapusan barang serta melakukan inventarisasi barang yang dikelola maupun dikuasai Dinas.
- e) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- f) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pertimbangan karier.
- g) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- h) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

**Kepala Sub Bagian Penyusunan Program**, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Sub Bagian Penyusunan Program sesuai dengan rencana kerja Dinas.
  - b) Menghimpun bahan dalam rangka perencanaan dan program pengembangan kegiatan dinas.
  - c) Menyusun dan menyampaikan laporan kegiatan dinas.
  - d) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris sesuai dengan tugas dan fungsinya.
  - e) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung
  - f) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
  - g) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.
  - h) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.
- 3) **Kepala Bidang Kebudayaan** mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pelestarian di bidang kebudayaan. Untuk melaksanakan tugas pokok dimaksud, Kepala Bidang Kebudayaan mempunyai fungsi :
- a) Pembinaan, pengembangan dan pelestarian kebudayaan.
  - b) Fasilitasi pagelaran budaya sebagai obyek wisata.
  - c) Pemrosesan pemberian rekomendasi izin pendirian lembaga pendidikan/sanggar di bidang seni budaya..



- d) Fasilitasi penyusunan kemasan paket wisata budaya.
- e) Peningkatan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan kebudayaan dan arkeologi.
- f) Pengembangan pengelolaan seni budaya dan arkeologi serta museum.
- g) Peningkatan pemahaman dan pengembangan nilai-nilai adat dan tradisi lokal.
- h) Fasilitasi penyusunan data base kebudayaan.
- i) Peningkatan pemahaman nilai sejarah dan tradisi.
- j) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

***Kepala Bidang Kebudayaan***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana bidang kebudayaan sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b) Membina, mengembangkan dan melestarikan kebudayaan.
- c) Memfasilitasi pagelaran budaya sebagai obyek wisata.
- d) Memproses pemberian rekomendasi izin pendirian lembaga pendidikan/sanggar di bidang seni budaya.
- e) Memfasilitasi penyusunan kemasan paket wisata budaya.
- f) Meningkatkan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan kebudayaan dan arkeologi.

- g) Mengembangkan pengelolaan seni budaya dan arkeologi serta museum.
- h) Meningkatkan pemahaman dan pengembangan nilai-nilai adat dan tradisi lokal.
- i) Memfasilitasi penyusunan data base kebudayaan.
- j) Meningkatkan pemahaman nilai sejarah dan tradisi.
- k) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- l) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- m) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- n) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

***Kepala Seksi Pemberdayaan Seni dan Budaya***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Seksi Pemberdayaan Seni dan Budaya sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b) Meningkatkan kemitraan pengembangan pengelolaan kebudayaan, arkeologi serta museum.
- c) Meningkatkan kemitraan penelitian, pengkajian seni budaya, sejarah dan nilai-nilai tradisi serta arkeologi.
- d) Menyusun data base kebudayaan.
- e) Memantau evaluasi kegiatan pemberdayaan seni dan budaya.

- f) Menyusun laporan pelaksanaan pengembangan pemberdayaan seni dan budaya.
- g) Menyelenggarakan pembinaan, dan pendukung pengelolaan dalam rangka pemberdayaan seni dan budaya.
- h) Memberikan kajian dan memproses rekomendasi perizinan pendirian lembaga pendidikan di bidang kebudayaan.
- i) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
- j) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
- k) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
- l) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

***Kepala Seksi Adat Budaya***, mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Seksi Adat Budaya sesuai dengan rencana kerja Dinas.
- b) Menyelenggarakan pembinaan dan pendukung dalam pagelaran budaya sebagai obyek wisata baik tingkat daerah Kabupaten, Propinsi maupun ke luar negeri.
- c) Menyiapkan bahan misi kesenian baik oleh perseorangan maupun kelompok sebagai duta seni di dalam maupun di luar negeri.
- d) Menyiapkan bahan kemasan paket wisata seni dan budaya.
- e) Melaksanakan pemantauan terhadap penembangan budaya.

- f) Melaksanakan kebijakan di bidang penanaman nilai-nilai tradisi, pembinaan karakter dan pekerti bangsa.
  - g) Melaksanakan kebijakan dalam rangka pembinaan lembaga adat skala kabupaten.
  - h) Mengkoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung.
  - i) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier.
  - j) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya.
  - k) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.
- 4) **Kepala Bidang Pariwisata** mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan pemanfaatan obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata. Untuk menyelenggarakan tugas pokok dimaksud, Kepala Bidang Pariwisata mempunyai fungsi :
- a) pembinaan dan pengembangan Obyek wisata, sarana, tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata.
  - b) Pemberian pertimbangan teknis pemrosesan perizinan di bidang usaha Obyek Wisata, Taman Rekreasi, Akomodasi, rumah makan, bar dan biro perjalanan wisata.

- c) Pemantauan dan evaluasi kegiatan pembinaan ,pengembangan obyek wisata ,sarana ,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata;
- d) Pembinaan dan mengembangkan lembaga-lembaga masyarakat dan kelompok sadar wisata;
- e) Penyusun bahan laporan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pembinaan dan pengembangan obyek wisata,sarana wisata dan usaha jasa kepariwisataan;
- f) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsi;

***Kepala Bidang Pariwisata***, mempunyai tugas:

- a) Menyusun rencana Bidang Pariwisatasesuai dengan rencana Dinas;
- b) Membina dan mengembangkan Obyek Wisata, sarana,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam wisata ;
- c) Memberikan pertimbangan teknis pemrosesan perizinan dibidang usaha Obyek Wisata, Taman Rekreasi, Akomodasi, rumah makan, bar dan biro perjalanan wisata;
- d) Memantau dan mengevaluasi kegiatan pembinaan, pengembangan obyek wisata, sarana,tenaga kerja kepariwisataan dan sumber daya alam Wisata;
- e) Membina dan mengembangkan lembaga-lembaga masyarakat dan kelompok sadar wisata;

- f) Menyusun bahan laporan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pembinaan dan pengembangan obyek wisata ,sarana wisata dan usaha jasa kepariwisataan ;
- g) Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung;
- h) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier;
- i) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya;
- j) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

***Kepala Seksi Pemberdayaan Sarana Wisata***, mempunyai tugas

- a) Menyusun rencana Seksi Pemberdayaan Sarana Wisata sesuai dengan rencana kerja Dinas;
- b) Membina dan mengembangkan Obyek Wisata,Taman Rekreasi,Hiburan Umum,sarana wisata dan usaha jasa pariwisata;
- c) Mengembangkan pengelolaan Usaha Jasa Kepariwisataa;
- d) Meningkatkan kemitraan penelitian dan pengkajian pengembangan obyek wisata dan sarana wisata;
- e) Melaksanakan pengkajian dan pemrosesan rekomendasi izin pendirian lembaga pendidikan kepariwisataan perhotelan dan usaha pariwisata;
- f) Meningkatkan kemitraan pengembangan usaha industri penunjang wisata;

- g) Melakukan upaya-upaya dalam rangka terciptanya sistem dan iklim usaha jasa pariwisata yang sehat;
- h) Memberdayakan usaha perjalanan wisata;
- i) Menyusun laporan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan pemberdayaan obyek dan sarana wisata;
- j) Meningkatkan profesionalisme dan daya saing SDM kebudayaan dan pariwisata;
- k) Melakukan pendataan, pemantauan dan pengawasan terhadap pemandu wisata dan tenaga kerja kepariwisataan;
- l) Meningkatkan kemitraan penyelenggaraan pelatihan tenaga kerja kepariwisataan;
- m) Melakukan pembinaan dan peningkatan profesionalisme kelompok sadar wisata;
- n) Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerjasama yang baik dan saling mendukung;
- o) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier;
- p) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya;
- q) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

**Kepala Seksi Sumber Daya Alam Wisata**, mempunyai tugas ;

- a) Menyusun rencana Seksi Sumber Daya Alam Wisata sesuai dengan rencana kerja Dinas;



- b) Melakukan pendataan, pemantauan dan pengawasan terhadap potensi sumber daya alam Wisata;
  - c) Menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam wisata;
  - d) Mengoordinasi bawahan agar terjalin kerja sama yang baik dan saling mendukung;
  - e) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier;
  - f) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya;
  - g) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.
- 5) **Kepala Bidang Pemasaran** mempunyai tugas pokok melaksanakan Pembinaan dan pemantauan dalam rangka pengembangan jaringan Usaha pemasaran wisata.

**Kepala Bidang Pemasaran**, mempunyai fungsi:

- a) Pelaksanaan upaya pengembangan pemasaran wisata;
- b) Peningkatan kerjasama pemasaran baik didalam maupun luar negeri dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan daerah;
- c) Peningkatan keoordinasi pengembangan jaringan aksesibilitas;
- d) Pelaksanaan promosi intensif di dalam dan di luar negeri;
- e) Perancangan dan mensinergikan pembuatan even-even untuk meningkatkan kunjungan;
- f) Peningkatan kemitraan pengembangan produk dan promosi;

- g) Peningkatan pembangunan sistem informasi pelayanan kepariwisataan;
- h) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya;

**Kepala Bidang Pemasaran** mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana Bidang Pemasaran sesuai dengan rencana Dinas;
- b) Melaksanakan upaya pengembangan pemasaran wisata ;
- c) Meningkatkan kerja sama pemasaran baik di dalam maupun di luar negeri dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan daerah ;
- d) Meningkatkan kekoordinasi pengembangan jaringan aksesibilitas
- e) Melaksanakan promosi intensif di dalam dan di luar negeri ;
- f) Merancang dan mensinergikan pembuatan event–event untuk meningkatkan kunjungan ;
- g) Meningkatkan kemitraan pengembangan produk dan promosi ;
- h) Meningkatkan pembangunan sistem informasi pelayanan kepariwisataan ;
- i) Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerja sama yang baik dan saling mendukung ;
- j) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier
- k) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya ;
- l) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas /kegiatan kepada atasan ;

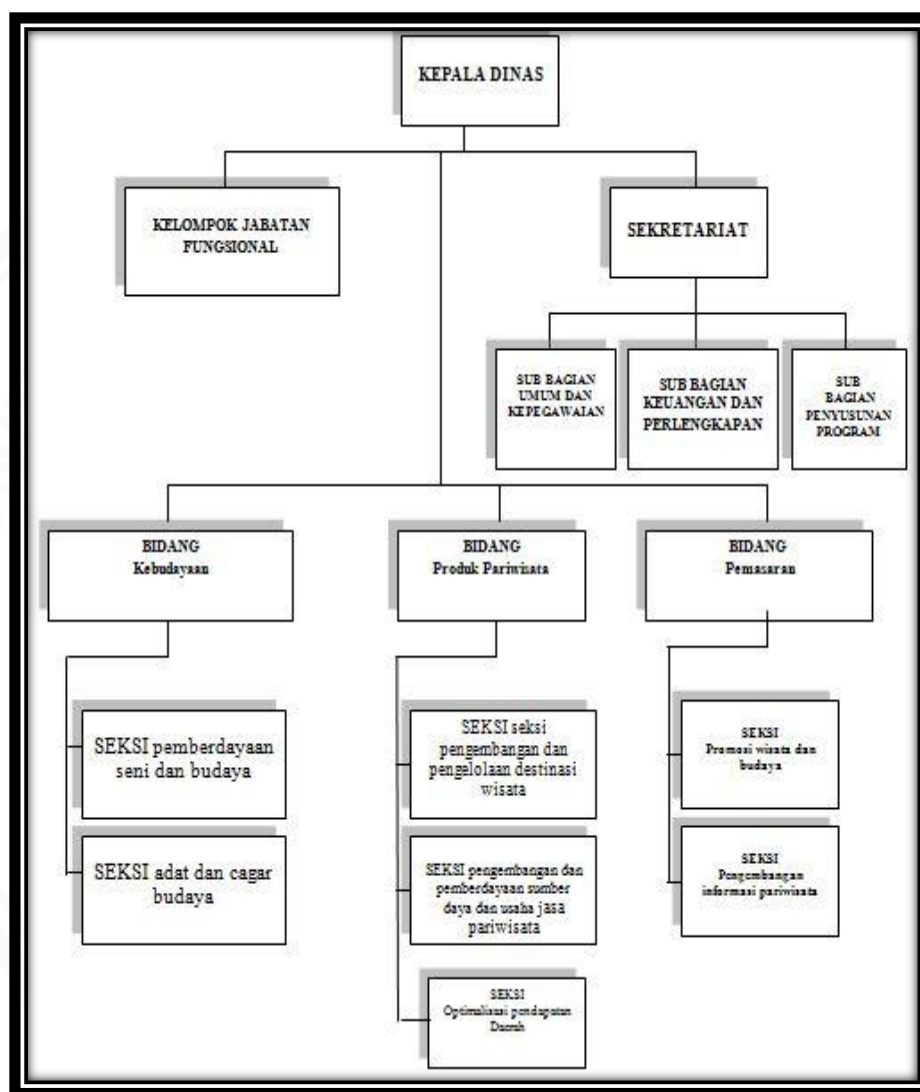
**Kepala Seksi Informasi Budaya dan Wisata**, mempunyai tugas ;

- a) Menyusun rencana Seksi Informasi Budaya dan Wisata sesuai Dengan rencana kerja Dinas ;
- b) Menyelenggarakan pembinaan dan kemitraan dalam rangka meningkatkan informasi kepariwisataan ;
- c) Menyiapkan bahan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta dalam pengadaan dan memajukan sarana informasi kepariwisataan ;
- d) Melakukan upaya informasi melalui media cetak, film, slide, poster, brosur, leaflet, internet dan lain-lain ;
- e) Membuka pusat-pusat informasi wisata ;
- f) Mengumpulkan bahan dan menyusun laporan di bidang informasi kepariwisataan ;
- g) Menyiapkan bahan penyelenggaraan informasi, mengelola pusat-pusat informasi pariwisata ;
- h) Mengoordinasi bawahan agar terjalin kerja sama yang baik dan saling mendukung ;
- i) Menilai hasil kerja sama bawahan untuk bahan pengembangan karier;
- j) Melaksanakan tugas kedinasan yang di berikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya ;
- k) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

**Kepala Seksi Promosi Budaya dan Wisata**, mempunyai tugas ;

- a) Menyusun rencana Seksi Pelayanan Informasi Budaya dan Wisata sesuai dengan rencana kerja Dinas;
- b) Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka peningkatan promosi kepariwisataan di dalam dan di luar negeri;
- c) Menyiapkan bahan dan membuka jaringan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta dalam pengadaan dan memajukan sarana promosi kepariwisataan;
- d) Melakukan upaya promosi melalui media cetak, film, slide, poster, brosur, leaflet, internet dan lain –lain;
- e) Mengumpulkan bahan dan menyusun laporan di bidang promosi kepariwisataan;
- f) Menyiapkan bahan penyelenggaraan promosi, mengelola, dan memperluas pusat-pusat promosi pariwisata;
- g) Mengoordinasikan bawahan agar terjalin kerja sama yang baik dan saling mendukung;
- h) Menilai hasil kerja bawahan untuk bahan pengembangan karier;
- i) Melaksanakan tugas kedinasan yang diberikan oleh atasan sesuai tugas pokok dan fungsinya;
- j) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas/kegiatan kepada atasan.

**d. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**



**Gambar 4. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi**

*Sumber : RENSTRA Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*

## B. Penyajian Data

### 1. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata

#### a. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata

Strategi pengembangan produk pariwisata merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam mengembangkan kegiatan pariwisata. Di Banyuwangi terdapat wilayah yang disebut wilayah segitiga berlian atau *"the diamond triangle"*, dimana pada wilayah ini terdapat keindahan alam yang alami dan unik serta jarang ditemui di daerah lain menjadikan lokasi tersebut sebagai destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Banyuwangi. Alasan dinamakan segitiga berlian karena kalau dilihat dari peta Banyuwangi, tiga titik wisata tersebut jika ditarik dengan garis akan membentuk sebuah berlian. Tiga titik wisata ini menjadi salah satu produk unggulan selain wisata berbasis ecotourism.



**Gambar 5. Peta wisata segitiga berlian Kabupaten Banyuwangi**

Sumber: [banyuwangitourism.com](http://banyuwangitourism.com)

Oleh karena itu, strategi yang dilakukan pemerintah daerah selain melestarikan budaya atau kearifan lokal, juga mengembangkan wisata unggulan merupakan prioritas pemerintah daerah dalam upaya mengembangkan objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kepala Bidang Pariwisata Kabupaten Banyuwangi mengatakan :

”... Begini mas, bahwa dalam pengembangan produk pariwisata sama saja dengan daerah-daerah lain, tetapi bedanya dalam pengemasan produk pariwisata saja. Kami melakukan pengembangan produk pariwisata dengan melestarikan budaya atau kearifan lokal melalui Banyuwangi Festival, dan juga yang kami prioritaskan mengembangkan wisata unggulan dengan upaya mengembangkan objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi” (*Wawancara pada tanggal 5 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hal tersebut, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kab. Banyuwangi mengatakan bahwa :

”... Yang menjadi penghambat sebenarnya cuman satu mas, yaitu aktor pengelolanya, hampir semua tempat wisata unggulan di Banyuwangi yang dikelola pihak perhutani, karena wilayah pantai, hutan itu milik perhutani. Makanya pemerintah tidak bisa melakukan pengembangan dalam skala besar, maksudnya tidak bisa melakukan pengembangan pada lokasi, bentuk pengembangan dari pemerintah ya pembangunan sarana dan prasarana yang diperbaiki. Meskipun pemerintah gak bisa mengelola, tapi kalau sarana buat menuju ke lokasi wisata bagus, otomatis daya tarik wisatawan untuk berkunjung semakin banyak, tapi disini perhutani juga bisa diajak kerjasama, usaha pemerintah di imbangi sama perhutani” (*Wawancara pada tanggal 13 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).



Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk pariwisata yang dilakukan pemerintah daerah salah satunya melestarikan budaya atau kearifan lokal melalui Banyuwangi Festival, mengembangkan wisata unggulan sebagai prioritas pemerintah daerah dalam upaya mengembangkan objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, pemerintah daerah melakukan pengembangan dan pembangunan produk pariwisata unggulan seperti pembangunan sarana dan prasarana inrastruktur, kemudahan akses menuju tempat wisata akan lebih memudahkan para wisatawan untuk berkunjung. Pembangunan tempat wisata unggulan ini hanya sebatas pada pembangunan sarana dan prasarana. Hal tersebut dikarenakan pada destinasi-destinasi tempat wisata tersebut aktor pengelola adalah Perhutani. Berdasarkan hal tersebut, strategi pengembangan produk pariwisata yang dilakukan sesuai dengan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi terarah pada : Perbaikan dan pembangunan infastruktur jalan; Peningkatan penerangan; Sosialisasi kepada masyarakat sekitar wisata; Meningkatkan keahlian SDM pariwisata; Pemberian petunjuk jalan menuju lokasi wisata agar wisatawan mudah dalam menemukan tempat wisata; Pengembangan fasilitas yang sudah ada melalui peningkatan kualitas; Peningkatan kualitas kebersihan obyek wisata.

**Tabel 6. Program Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata****Kabupaten Banyuwangi Tahun 2012-2031**

WPP	Program	Arah Program
WPP I (Zona Ijen), WPP II (Zona Pelengkung) WPP III (Zona Sukamade)	Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan baru dan atau review rencana detail tiap obyek wisata</li> <li>- Penguatan kawasan obyek wisata (pengembangan dan pembangunan serta penataan kawasan wisata dan perbaikan kualitas lingkungan)</li> <li>- Pembangunan, renovasi dan rehabilitasi obyek wisata</li> <li>- Penambahan fasilitas dan atraksi wisata di obyek wisata</li> <li>- Penetapan dan pemantapan menjadi zona pemanfaatan pada lokasi obyek wisata</li> <li>- Pembangunan obyek wisata air terjun</li> <li>- Pengembangan atraksi (festival budaya dan acara kesenian tahunan)</li> <li>- Perbaikan akses jalan menuju ke obyek wisata</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

#### **b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi**

Strategi pengembangan pasar dan promosi pariwisata merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam upaya mengembangkan kegiatan pariwisata daerah. Pemasaran pariwisata ditujukan agar kawasan maupun produk pariwisata dapat dipasarkan dalam bentuk yang menarik agar memberikan ketertarikan kepada wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata serta produk pariwisata memiliki nilai jual yang lebih baik. Strategi pemasaran yang dibidik oleh Pemerintah Daerah antara lain kaum perempuan, anak muda dan pengguna internet (*netizen*). Hal

ini berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Marhen Selaku Kepala

Bidang Pemasaran Disbudpar Kabupate Banyuwangi mengatakan :

“... Ada tiga segmentasi wisatawan yang dibidik, yaitu kaum perempuan, anak muda, dan pengguna internet (netizen). Tiga segmen konsumen itu punya pasar yang sangat besar. Jumlah perempuan di Indonesia ada 120 juta jiwa. Jumlah anak muda (16-30 tahun) hingga 62 juta jiwa. Pengguna internet 82 juta. Ketiga segmen pasar tersebut saling beririsan. Namun, ketiganya tetap memerlukan pendekatan pemasaran yang spesifik. Karena itu, dalam Banyuwangi Festival setiap tahun ada acara yang sesuai segmentasi wisatawan. Ada festival musik jazz, batik, olahraga, dan sebagainya, yang mendekati masing-masing segmen secara spesifik ” *(Wawancara pada tanggal 7 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

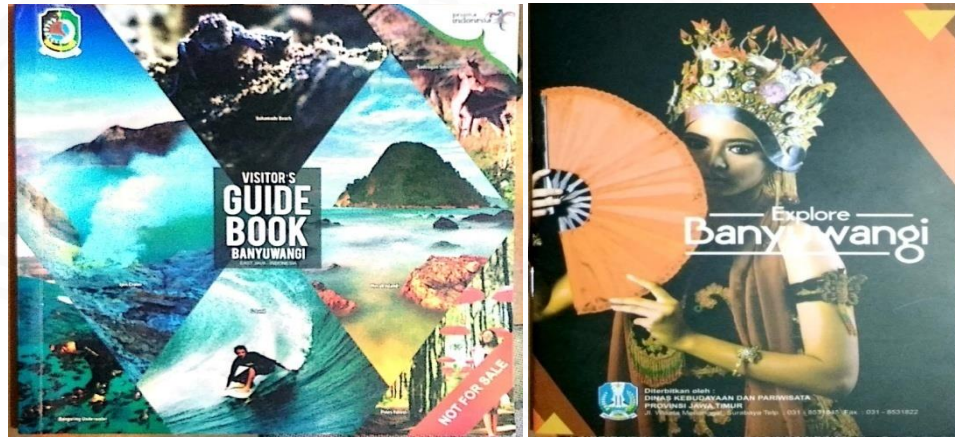
Promosi merupakan bagian penting dari proses pemasaran. Strategi pemasaran pariwisata oleh Pemerintah Daerah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan dan mengembangkan potensi pariwisata. Dalam melaksanakan promosi pariwisata Pemerintah Daerah melakukan berbagai bentuk promosi pariwisata antara lain :

### **1) Media**

Promosi pariwisata yang dilakukan dalam rangka pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi melalui media, seperti media cetak, media sosial, media elektronik. Media merupakan salah satu sarana yang strategis dalam upaya mempromosikan suatu produk pariwisata, baik itu media cetak, media sosial, maupun media elektronik. Media memiliki pengaruh sangat besar dalam pengembangan pariwisata, promosi pariwisata yang melalui media massa lebih mudah diterima oleh

masyarakat dan jangkauannya lebih luas dibandingkan dengan media yang lain.

Media cetak merupakan media yang memiliki jangkauan luas dan mudah di dapat dan dipahami oleh masyarakat, untuk itu promosi pariwisata akan lebih mudah diterima masyarakat luas. Contoh media cetak seperti majalah, koran, surat kabar, brosur, *leaflet* dan lain-lain.



**Gambar 6. Contoh Promosi melalui Majalah dan Brosur**

*Sumber: Bidang Pemasaran Disbudpar Kab. Banyuwangi*

Salain itu media elektronik seperti promosi melalui televisi dan radio merupakan media elektroni yang memiliki pengaruh besar terhadap promosi pariwisata, iklan-iklan yang disiarkan pada media elektronik seperti televisi dan radio mampu memberikan dampak yang lebih besar terhadap perkembangan pariwisata, promosi melalui media elektronik akan lebih menambah ketertarikan masyarakat karena mayoritas masyarakat Indonesia telah menggunakan medis elektronik.

Selain promosi melalui media cetak dan elektronik, yang kini menjadi prioritas pemerintah dalam melakukan promosi pariwisata merupakan melalui media sosial. Di era globalisasi yang semakin canggih dan tingkat pengguna media sosial yang juga semakin tinggi, promosi yang dilakukan pada media-media sosial menjadi sarana promosi yang berpeluang besar terhadap perkembangan pariwisata Banyuwangi. Beberapa promosi pariwisata yang dilakukan melalui media sosial adalah promosi melalui *instagram*, *facebook*, *twitter*, *website*, dan media sosial lainnya. Bahkan pemerintah daerah telah membuat aplikasi untuk android mengenai pariwisata banyuwangi yang dapat diunduh di *Googleplay* atau *Playstore*. Aplikasi bernama "*Banyuwangi In Your Hand*" ini memberikan kemudahan bagi para wisatawan terutama wisatawan yang belum mengenal lokasi-lokasi pariwisata akan dipandu melalui aplikasi tersebut untuk menemukan jalur menuju lokasi wisata yang akan dituju. Pada lokasi tersebut juga lengkap terdapat lokasi-lokasi wisata, kebudayaan, dan oleh-oleh khas Banyuwangi.



**Gambar 7. Promosi melalui Website**

*Sumber : banyuwangitourism.com*



Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan pariwisata terutama dalam promosi memberikan hasil yang signifikan. Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Daerah lebih memprioritaskan promosi pariwisata melalui media sosial. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Alimi selaku Kasubbid Pemasaran Disbudpar Kab. Banyuwangi :

”... Promosi sekarang ini juga banyak dilakukan oleh anak-anak muda loh mas, apalagi anak kuliah kayak mas bagus yang ada diluar kota, mereka itu berlomba-lomba buat mempromosikan banyuwangi, sudah ramai di internet itu, di facebook, twitter, instagram, dan media yang lain. Malah ada yang bikin lomba foto dan video. Mereka antusias sekali buat promosiin pariwisata banyuwangi. Kalau buat anak-anak muda lokal biar gampang promosinya lewat media sosial pemerintah ngasih fasilitas melalui Wi-Fi gratis dibeberapa titik, yang masih terus terus diperbanyak ”  
*(Wawancara pada tanggal 8 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, Promosi pariwisata Banyuwangi melalui media sosial justru banyak dilakukan oleh anak-anak muda, secara tidak langsung kalangan anak-anak muda banyak melakukan promosi melalui media sosial karena kebanggaan terhadap potensi daerah. Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat didukung melalui strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan sesuai dengan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi terarah pada upaya mempromosikan suatu produk pariwisata, baik itu media cetak, media sosial, maupun media elektronik.

## 2) Promosi Melalui Event "Banyuwangi Festival"

Salah satu strategi promosi yang dilakukan pemerintah daerah dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi adalah dengan mengadakan event bertajuk "Banyuwangi Festival". Banyuwangi Festival atau biasa di sebut B-Fest ini merupakan event yang berisi tentang rangkaian kegiatan festival budaya yang diadakan di Banyuwangi dalam upaya mempromosikan pariwisata dan keragaman budaya di Kabupaten Banyuwangi. B-Fest merupakan program prioritas tahunan Pemerintah Daerah yang berisi beberapa rangkaian kegiatan festival seperti festival budaya, festival seni, dan festival musik, yang tujuannya untuk mengangkat dan mempromosikan potensi-potensi pariwisata dan budaya di Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Alimi selaku Kasubbid Pemasaran Disbudpar Kab. Banyuwangi yang menyatakan bahwa :

"... Gini mas, dalam mengembangkan pasar dan promosi pariwisata harus memilih strategi pemasaran yang tepat. Banyuwangi menawarkan petualangan dan pengalaman yang berbeda dengan daerah lain. Petualangan untuk wisata alam, sedangkan pengalaman untuk wisata budaya dan wisata kegiatan lewat Banyuwangi Festival. Banyuwangi festival tidak hanya pemerintah daerah yang turun tangan tetapi kami bekerja sama dengan masyarakat dan swasta untuk menyukkseskan event yang ada di Banyuwangi " (*Wawancara pada tanggal 8 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan pasar, Banyuwangi menawarkan petualangan dan



pengalaman yang berbeda dengan daerah lain. Petualangan untuk wisata alam, sedangkan pengalaman untuk wisata budaya dan wisata kegiatan melalui Banyuwangi festival. Ada beberapa rangkaian kegiatan program Banyuwangi Festival adalah sebagai berikut :

**a) *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC)**

*Banyuwangi Ethno Carnival* atau BEC merupakan event yang diadakan setiap tahun di Banyuwangi, event ini dimulai pada tahun 2012 sampai sekarang. BEC merupakan event karnaval yang sangat unik dan menarik karena mengangkat tema etnik dan menggunakan kostum tradisional kontemporer. Ratusan peserta mengenakan kostum sesuai tema defile masing-masing, tema ini diangkat dari kebudayaan asli Banyuwangi. kreasi yang kreatif dari setiap kostum memberikan nuansa daya tarik sendiri yang sangat luar biasa karena menonjolkan warna-warna menarik dan desain yang indah. Karnaval diadakan di sepanjang jalan protokol Kota Banyuwangi dengan strat dari Taman Blambangan dan finish di depan kantor Pemkab Banyuwangi Jl. Ahmad Yani merupakan salah satu event yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat.

**b) Gandrung Sewu**

Gandrung sewu merupakan salah satu acara budaya tari tradisional Banyuwangi yaitu gandrung. Kegiatan ini diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang diikuti oleh 1000 penari Gandrung.

Acara gandrung sewu ini diadakan bertempat di Pantai Boom Banyuwangi. Pantai Boom merupakan salah satu wisata unggulan di Banyuwangi. event tersebut bertujuan untuk mengenalkan budaya Banyuwangi yaitu tari tradisional gandrung dan potensi destinasi wisata alam Banyuwangi yaitu Pantai Boom.

**c) *International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI)***

*International Tour de Banyuwangi Ijen* merupakan salah satu acara tahunan dalam rangkaian Banyuwangi Festival yang diadakan di Banyuwangi. ITdBI merupakan acara balap sepeda bertaraf Internasional. Peserta yang mengikuti acara ini merupakan atlit-atlit profesional yang berasal dari berbagai negara. Sesuai dengan nama festivalnya, kejuaraan balap ini memiliki rute yang berakhir pada potensi destinasi wisata alam unggulan Banyuwangi yaitu Kawah Ijen. Selain itu, rute ITdBI juga melewati potensi-potensi wisata unggul di Banyuwangi seperti pulau merah dan *agrotourism* Kalibendo. Diadakannya ITdBI merupakan salah satu sarana promosi pariwisata Banyuwangi.

Rangkaian acara B-Fest merupakan strategi pemerintah daerah dalam rangka mempromosikan pariwisata Banyuwangi berdasarkan keragaman budaya yang ada. Dalam rangkaian acara B-Fest ini, keragaman budaya yang ada di Banyuwangi dipertujukan dan dikemas

dalam bentuk yang lebih unik sehingga dapat menarik wisatawan terhadap budaya lokal, namun masih tetap menjaga keaslian dari budaya tersebut. Strategi promosi tersebut, diharapkan dapat mengenalkan potensi pariwisata serta beragam budaya yang ada di Banyuwangi kepada wisatawan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Marhen selaku Kepala Bidang Pemasaran Disbudpar Kabupaten Banyuwangi yang menyatakan bahwa :

”... Banyuwangi Festival merupakan suatu wadah untuk mempromosikan potensi budaya dan wisata Banyuwangi agar lebih tumbuh dan berkembang dan dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Melalui pagelaran yang menarik tapi tetap menjaga nilai-nilai budaya yang ada, masyarakat akan lebih tertarik untuk mengenalnya lebih jauh, dan dengan adanya Banyuwangi Festival ini akan banyak menarik wisatawan berkunjung ke Banyuwangi untuk menyaksikan rangkaian acara B-Fest” (*Wawancara pada tanggal 7 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hal tersebut, ditegaskan lagi oleh Bapak Alimi selaku Kasubbid Pemasaran Disbudpar Kab. Banyuwangi yang menyatakan bahwa :

”... Rangkaian event Banyuwangi Festival setiap tahun selalu mengalami peningkatan, itu semua menunjukkan bahwa B-Fest ini sukses dilaksanakan dan memberikan dampak positif bagi daerah dan masyarakat. Pada tahun ini rangkaian event B-Fest mencapai 77 event yang akan di gelar , sedangkan dulu waktu awal adanya event B-Fest pada tahun 2012 cuman sekitar 18 event” (*Wawancara pada tanggal 8 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan penyajian data diatas dapat disimpulkan bahwa Banyuwangi Festival merupakan salah satu wadah untuk mempromosikan

potensi pariwisata di Banyuwangi dengan tujuan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Banyuwangi. Berikut jadwal rangkaian acara Banyuwangi Festival tahun 2018:



**Gambar 8. Jadwal Banyuwangi Festival 2018**

*Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Banyuwangi*

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat didukung melalui strategi pemasaran pariwisata yang dilakukan sesuai dengan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi terarah lebih meningkatkan pada "festival/promote" wisata secara periodik dan mengintensifkan keberadaan kalender event yang sudah dibuat.

**Tabel 7. Program Pengembangan Promosi dan Pemasaran Pariwisata****Tahun 2012-2031**

<b>Program</b>	<b>Arah Program</b>
Program Pengembangan Sistem Promosi dan Pemasaran Pariwisata Tahun 2012-2031	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membangun sistem pusat informasi pariwisata (tourist information center) terkait dengan pariwisata</li> <li>- Melakukan kerjasama dengan daerah lain (terutama Bali) terkait promosi wisata</li> <li>- Publikasi secara langsung (leaflet, brosur, pekan wisata, dll) dan tidak langsung (media massa).</li> <li>- Koordinasi antar WPP dan di luar Kabupaten Banyuwangi, agar tercipta suatu promosi rangkaian, daya tarik wisata yang beraneka ragam serta harmonik (paket wisata).</li> <li>- Mengadakan promosi secara intensif baik secara langsung (wisatawan) maupun tidak langsung (melalui perusahaan-perusahaan biro perjalanan dan perjalanan dan bekerja sama dengan biro perjalanan wisata besar di luar negeri)</li> <li>- Pelaksanaan kegiatan promosi dan pelayanan informasin pariwisata pada sasaran yang tepat dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi yang modern</li> <li>- Ikut berperan dalam event-eventn wisata, olahraga tingkat kabupaten maupun skala yang lebih tinggi</li> <li>- Pengembangan segmen dan jaringan wisatawan baru</li> <li>- Pengadaan pemandu wisata</li> <li>- Pengembangan wisata agro sebagai media promosi produk pertanian/perkebunan</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

### **c. Strategi Pemanfaatan Ruang untuk Pariwisata**

Pengembangan obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi sangat beragam karena potensi alam yang ada sangat beragam pula. Bentuk fisik alam tersebut antara lain berupa : pantai/laut, hutan, kebun, dan potensi alam lainnya (air terjun, goa savanna, sumber air, tanaman mangrove, dll). Keanekaragaman sumber daya alam tersebut akan menjadi sangat potensial



dan bermanfaat apabila dalam pengembangannya mempertimbangkan aspek lingkungan dengan tetap menjaga aspek kelestarian dan berkelanjutan. Berikut hasil wawancara yang ditegaskan langsung oleh Bapak Sonny selaku Kepala Bidang Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... diharapkan setiap tahun minimal harus ada 3 tempat wisata baru, (bisa milik warga, milik desa, kerjasama antara pemerintah desa dengan perhutani) yang dibina langsung oleh pemerintah daerah dalam memperbaiki suatu obyek wisata lalu nanti kita bantu promosinya ”  
*(Wawancara pada tanggal 5 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Bapak Darmanto selaku Kasubbid

Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi mengatakan :

“... sekarang ini Banyuwangi sedang mengembangkan desa wisata, karena desa wisata itu punya potensi besar mas, terutama untuk segmen wisatawan yang tertarik ingin mengetahui seni-budaya masyarakat osing. Konsep desa wisata ini selaras dengan model pengembangan pariwisata berkelanjutan, jika unggulnya alam, maka desa wisata bisa meningkatkan daya dukung lingkungan, jika unggulnya atraksi seni-budaya, maka desa wisata bisa melestarikan dan mengembangkan kearifan lokal. Tujuannya untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata”  
*(Wawancara pada tanggal 13 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, pemanfaatan ruang untuk pariwisata Banyuwangi setiap tahun minimal harus ada 3 (tiga) tempat wisata baru, tempat wisata tersebut bisa milik warga, milik desa dan kerjasama antara pemerintah desa dengan perhutani. Selain itu, Banyuwangi sekarang juga sedang mengembangkan desa wisata dengan upaya mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan potensi pariwisata di desa.

Berdasarkan dengan hal tersebut didukung dengan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa wisata BAB II Fungsi dan Tujuan Pasal 2 dan 3.

#### **d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Esensi keberhasilan sebuah kegiatan wisata sangat ditentukan dengan kualitas interaksi sosial yang terjadi antara wisatawan dengan suatu organisasi bidang kepariwisataan yang menanganinya. Konsep yang dapat menghantarkan menuju keberhasilan sebuah pengembangan pariwisata adalah MOT “*Moment Of Truth*”, dimana wisatawan diharapkan mendapatkan kesan dan penilaian positif secara terus menerus. Sesuai hasil wawancara dengan Pak Sonny selaku Kepala Bidang Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Jadi dalam peningkatan SDM selain dari pemerintah daerah juga dilakukan oleh Kementerian Pariwisata, adanya pembinaan manajemen kepariwisataan dan pembinaan mengenai perencanaan dan pemasaran yang dilakukan satu tahun dua kali ” (*Wawancara pada tanggal 5 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi menyatakan :

“... Kita berangkat bareng-bareng dari nol. Misalnya cara bakar ikan yang baik, warung-warung kita latih. Kita latih warga yang buka homestay, bagaimana penataan toilet, bagaimana melipat seprai. Bahkan ada kursus bahasa asing gratis untuk sekitar 3.000 warga desa tiap tahunnya. Susah, tapi ya harus dilakukan untuk membuat pengembangan pariwisata ini berakar di masyarakat. Itulah seninya, itulah uniknya pengembangan pariwisata Banyuwangi” (*Wawancara pada tanggal 13 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).



Berdasarkan dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, pengembangan sumberdaya manusia Pemerintah Daerah bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata melakukan sistem pendidikan dan pelatihan SDM kepariwisataan yang dilakukan satu tahun dua kali. Dengan tujuan agar memiliki kemampuan mengenai manajemen kepariwisataan , perencanaan dan pemasaran. Selain itu, pengembangan sumberdaya manusia pemerintah daerah melakukan pengembangan pariwisata dengan berbasis partisipasi masyarakat, semua potensi warga dikerahkan untuk diberikan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah daerah. Berdasarkan dengan hal tersebut sesuai dengan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi dan Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

**Tabel 8. Program Pengembangan SDM dan Kelembagaan**

Program	Arahan Program
Program Pengembangan SDM dan Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemberdayaan dan pelibatan masyarakat dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata</li> <li>- Meningkatkan upaya pembinaan kepariwisataan kepada masyarakat pelaku pariwisata dan masyarakat yang tinggal di sekitar daya tarik wisata</li> <li>- Fasilitas pembentukan forum wisata Banyuwangi Jenggirat Tangi</li> <li>- Mengembangkan <i>skill</i> transfer melalui berbagai pelatihan/training yang ditujukan bagi peningkatan kualitas SDM di bidang kepariwisataan pelatihan bagi SDM pelaku pariwisata</li> <li>- Peningkatan dan penyediaan SDM trampil</li> </ul>

Program	Arahan Program
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengembangkan kelembagaan kepariwisataan yang berazaskan kerja sama yang saling menguntungkan antara sektor pemerintah, swasta, dan masyarakat</li> <li>- Pengembangan kelembagaan, sistem dan penyederhanaan prosedur perijinan untuk menciptakan iklim investasi yang kondusif</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

## 2. Peran Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten

### Banyuwangi

#### a. Peran Pemerintah Daerah

Pemerintah Daerah merupakan *stakeholder* atau pemangku kepentingan dalam pemberian keputusan “akan dibawa kemana atau diapakan daerah tersebut”. Pemikiran yang panjang tentang rencana pembangunan pasti sudah dipikirkan jauh-jauh hari oleh pemerintah. Tinggal bagaimana merealisasikan rencana tersebut. Saat ini Kabupaten Banyuwangi sedang gencar-gencarnya melakukan promosi pariwisata kepada masyarakat Indonesia serta dunia. Mengenalkan keindahan alam serta budaya yang masih terkesan natural. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya iklan atau kebijakan-kebijakan pemerintah yang mendukung hal tersebut. Seperti pembangunan infrastruktur dan fisik bagi pengembangan wilayah ekowisata. Sebagian akses jalan melalui tempat wisata diperbaiki untuk lebih memudahkan wisatawan kesana.

Pemerintah Daerah telah membangun infrastruktur pada daerah selatan Banyuwangi sebagai kawasan pelabuhan. Selain itu kawasan selatan juga dibangun bandar udara guna memudahkan akses kesana, Banyuwangi bagian tengah telah dipersiapkan sebagai sentral UMKM. Sedangkan bagian barat dimaksimalkan untuk produksi hasil perkebunan dan kehutanan. Berkaitan dengan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi untuk mensentralisasikan kawasan industri sehingga di Kota Banyuwangi tidak akan ditemukan banyak mall karena dikhawatirkan akan menggeser keberadaan pasar tradisional. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan :

“... Jadi gini, bahwa pemerintah daerah fokus bagaimana mengembangkan potensi wisata, kita ketahui bahwa banyuwangi mempunyai banyak potensi pariwisata. Langkah awal yang dilakukan pemerintah daerah adalah menjadikan pariwisata produk unggulan ”  
*(Wawancara pada tanggal 12 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Berdasarkan penyajian data diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Sonny selaku Kepala Bidang Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi yang menyatakan :

“... sebenarnya perannya sangat banyak mas, salah satunya sekarang ini Pemerintah Daerah sedang menerbitkan Rencana Peraturan Daerah (Raperda) tentang Desa Wisata. Tujuan dari rencana peraturan tersebut sebagai langkah cepat daerah untuk merespon perkembangan wisata di tingkat desa”  
*(Wawancara pada tanggal 5 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Penulis mengobservasi peran pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pemerintah Daerah tidak hanya menjadi pelayan publik dalam keseharian, tapi juga bersama-sama pemangku kepentingan yang lain ikut mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, langkah awal yang dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata adalah menjadikan pariwisata produk unggulan, pemerintah daerah tidak hanya menjadi pelayan publik, tetapi juga bersama-sama pemangku kepentingan yang lain ikut serta dalam mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan dengan hal tersebut didukung dengan Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa wisata BAB VIII Bagian Kedua Pasal 18.

**Tabel 9. Tujuan, Sasaran dan Program**

<b>Tujuan</b>	<b>Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas, inklusif sektor pariwisata</b>
<b>Sasaran</b>	Meningkatnya pemanfaatan potensi pariwisata dan kebudayaan bagi masyarakat
<b>Program</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Program pelayanan administrasi perkantoran</li> <li>- Program peningkatan sarana dan prasarana aparatur</li> <li>- Program perencanaan dan evaluasi kinerja perangkat daerah</li> <li>- Program pengembangan pemasaran pariwisata</li> <li>- Program pengembangan destinasi dan jaringan kemitraan pariwisata</li> </ul>

*Sumber : Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 2016-2021*

Di Banyuwangi terdapat wilayah yang disebut wilayah segitiga berlian atau "*the diamond triangle*", dimana pada wilayah ini terdapat destinasi wisata alam yang diunggulkan antara lain :

### **1) Kawah Ijen (*Ijen Crater*)**

Kawah ijen ini merupakan obyek wisata yang berlokasi di wilayah Banyuwangi, Jawa Timur, ia termasuk salah satu Segitiga Berliannya Banyuwangi, karena ia juga memberikan kontribusi yang besar terhadap Banyuwangi, terutama pengembangan pariwisata di Banyuwangi ini. Kawah ijen merupakan kawah danau terbesar di Pulau Jawa, kawah ijen berbentuk ellips dengan ukuran lebih 960 x 600 m dengan ketinggian permukaan air danau kurang lebih 2140 m dpl dengan kedalaman danau kurang lebih 200 m serta merupakan danau terasam di dunia dengan ph 0,5. Kawah belerang berada dalam sulfatara yang dalam. Kedalamannya 200 m dan mengandung kira-kira 36 juta meter kubik air asam beruap, diselimuti kabut berbau belerang yang menyengat. Di dalam kawah, berbagai warna dan ukuran batu belerang. Dengan pesona yang dimiliki oleh kawah ijen inilah yang menarik para wisatawan untuk berkunjung ke Banyuwangi dalam rangka menikmati keindahan alam yang dahsyat. Dan banyak sekali wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawah ijen untuk menyaksikan para penambang batu belerang yang rela mendaki gunung demi mendapatkan gumpalan-gumpalan belerang yang tidak lain

ialah bertujuan untuk menafkai keluarganya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

**Tabel 10. Program Pembangunan Pariwisata Kawah Ijen**

No	Program	Arah Program
1.	Program Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan Baru dan atau Review Rencana Detail Tiap Obyek Wisata.</li> <li>- Penguatan kawasan obyek wisata (pengembangan dan pembangunan serta penataan kawasan wisata dan perbaikan kualitas lingkungan)</li> <li>- Pembangunan, renovasi dan rehabilitasi obyek wisata TWA Kawah Ijen</li> </ul>
2.	Program Pengembangan Sistem Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaikan akses jalan menuju ke obyek wisata Kawah Ijen</li> <li>- Pembangunan jalan wisata dan kereta gantung</li> <li>- Pengaturan dan pengadaan lahan parkir wisata</li> </ul>
3.	Program Pengawasan dan Pengendalian	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlindungan terhadap potensi flora dan fauna terutama di kawasan TWA Kawah Ijen.</li> <li>- Pengendalian pemanfaatan hutan lindung maupun hutan produktif.</li> <li>- Pengendalian pembangunan dan pengembangan di kawasan wisata alam, sesuai dengan prinsip ecotourism dan sustainable development</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

Berdasarkan observasi peneliti bahwa program pembangunan pariwisata Kawah Ijen sudah terrealisasikan, namun ada beberapa program yang belum berjalan seperti program pembangunan kereta gantung di obyek wisata TWA Kawah Ijen.

## 2) Pantai Plengkung (*G-Land*)

Kekayaan kedua dari kabupaten Banyuwangi ialah pantai plengkung yang berlokasi di Taman Nasional Alas Purwo (TNAP), Banyuwangi, Jawa Timur. Pantai ini sangat terkenal, baik di Indonesia sendiri maupun sampai ke mancanegara. Dimana, pantai plengkung terkenal akan ombaknya yang menakjubkan dan hal ini pun sangat diminati oleh wisatawan asing untuk melakukan selancar di pantai tersebut sehingga pantai plengkung sering dijuluki sebagai "*G-Land, The Seven Giant Waves Wonder*". Ombak di pantai Plengkung merupakan salah satu ombak yang terbaik di dunia. Ombak setinggi 4-6 meter sepanjang 2 km dalam formasi 7 gelombang bersusun "*go to left*" cocok ditunggangi oleh peselancar kidal. Di wilayah daerah Pantai Plengkung juga banyak kegiatan yang bisa dilakukan, kegiatan yang sering dilakukan itu misalnya meditasi. Meditasi bisa dilakukan di tempat-tempat yang sepi seperti di goa-goa.

**Tabel 11. Program Pembangunan Pariwisata Pantai Plengkung**

No	Program	Arah Program
1.	Program Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan Baru dan atau Review Rencana Detail Tiap Obyek Wisata.</li> <li>- Penambahan fasilitas dan atraksi wisata di obyek wisata Pantai Plengkung.</li> <li>- Implementasi pengembangan, renovasi dan rehabilitasi obyek wisata Pantai Plengkung</li> </ul>
2.	Program Pengembangan Sistem Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembangunan jalan lintas selatan.</li> <li>- Perbaikan jalan yang mengkoneksikan jalur lintas selatan dengan lokasi obyek wisata.</li> </ul>



No	Program	Arah Program
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembangunan jalan wisata.</li> <li>- Penetapan lokasi dan pembangunan sarana pendukung kegiatan wisata dengan kapal wisata.</li> <li>- Penyediaan sarana angkutan umum pendukung kegiatan wisata.</li> </ul>
3.	Program Pengawasan dan Pengendalian	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlindungan terhadap potensi flora dan fauna terutama di kawasan lindung seperti TN. Alas Purwo, Pantai Plengkung.</li> <li>- Pengendalian pemanfaatan hutan lindung maupun hutan produktif.</li> <li>- Pengendalian pembangunan dan pengembangan di kawasan wisata alam, sesuai dengan prinsip ecotourism dan sustainable development.</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

Berdasarkan observasi peneliti bahwa program pembangunan pariwisata Pantai Plengkung sudah terrealisasikan, namun ada beberapa program yang belum berjalan seperti program pembangunan jalan wisata di obyek wisata Pantai Plengkung, karena masih banyak akses jalan menuju Pantai Plengkung jalannya rusak, perlu pemerintah daerah melakukan pemerataan pembangunan jalan agar memudahkan wisatawan yang ingin berwisata di Pantai Plengkung.

### 3) Pantai Sukomade

Jarak Pantai Sukomade kira-kira 97 km ke arah barat daya dari kota Banyuwangi. Pantai sukomade merupakan pantai yang tenang dan indah. Pada mulanya pantai ini ditemukan oleh Belanda pada tahun 1927. Karet, kopi, dan coklat ditanam di tanah perkebunan seluas 1200 hektar. Sukomade merupakan hutan lindung alam di Jawa Timur yang

berhubungan dengan penangkaran penyu. Pantai Sukamade merupakan salah satu bagian dari Taman Nasional Meru Betiri yang masuk ke dalam dua kabupaten sekaligus, yaitu Jember dan Banyuwangi. Pantai ini merupakan zona pemanfaatan intensif untuk pengamatan telur penyu dan pelepasan tukik. Obyek wisata lain yang ada di Pantai Sukamade adalah Hutan mangrove yang terletak di muara timur Pantai Sukamade. Sungai di sekitar mangrove bisa dimanfaatkan untuk cano sambil melakukan pengamatan burung. Pantai Sukamade juga termasuk dalam segitiga berliannya Banyuwangi karena pantai ini menjadi aset besar yang memiliki kontribusi besar kepada pemerintah Banyuwangi.

**Tabel 12. Program Pembangunan Pariwisata Pantai Sukomade**

No	Program	Arah Program
1.	Program Pengembangan Daya Tarik dan Kegiatan Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan Baru dan atau Review Rencana Detail Tiap Obyek Wisata.</li> <li>- Penambahan fasilitas dan atraksi wisata di obyek wisata Pantai Sukomade.</li> <li>- Implementasi pengembangan, renovasi dan rehabilitasi obyek wisata Pantai Sukomade</li> </ul>
2.	Program Pengembangan Sistem Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaikan akses jalan menuju ke Obyek Wisata Sukamade.</li> <li>- Pembangunan Jalan Lingkar Selatan.</li> <li>- Pembangunan dan perbaikan jalan menuju ke Obyek Wisata.</li> <li>- Penyediaan sarana angkutan umum pendukung kegiatan wisata.</li> <li>- Penyediaan sarana pendukung kegiatan wisata dengan kapal wisata.</li> <li>- Pengaturan dan pengadaan lahan parkir wisata</li> </ul>
3.	Program Pengawasan dan Pengendalian	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlindungan dan pengawasan terhadap pemanfaatan sumberdaya Laut Sukamade.</li> <li>- Pengendalian pembangunan dan pengembangan di kawasan wisata alam, sesuai dengan prinsip ecotourism dan sustainable development.</li> </ul>

*Sumber : Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, 2012.*

Berdasarkan observasi peneliti bahwa program pembangunan pariwisata di Pantai Sukomade sudah terrealisasikan, namun ada beberapa program yang belum berjalan seperti program pembangunan jalan wisata di obyek wisata Pantai Sukomade, karena masih banyak akses jalan menuju Pantai Sukomade jalannya rusak, perlu pemerintah daerah melakukan pemerataan pembangunan jalan agar memudahkan wisatawan yang ingin berwisata di Pantai Sukomade.

#### **b. Peran Sektor Swasta**

Peran sektor swasta sangat membawa pengaruh besar terhadap perkembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pemerintah memandang keberadaan lembaga sektor swasta sebagai bagian dari kelembagaan kepariwisataan dan memberlakukannya sebagai mitra kerja dan berupaya mendorong peran sertanya dalam membina pariwisata sesuai dengan bidangnya masing-masing, terutama dalam membina keterampilan dan keahlian anggotanya, memelihara hubungan kerja yang baik antara sesama anggota dan dengan asosiasi lainnya dan dengan masyarakat luas, serta memberikan masukan-masukan kepada pemerintah sesuai dengan kebijaksanaan umum yang digariskan pemerintah. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi :

“... Jadi begini mas, peran sektor swasta sangat berpengaruh besar dalam menerapkan 3A. *Pertama*, Atraksi (Pengembangan Banyuwangi Festival pada tahun 2018 sudah mencapai 77 event dan untuk

mensukseskan event tersebut pihak swasta ikut andil dalam pendanaan melalui sponsor dan pemerintah daerah), *Kedua*, Akses (Sekarang Banyuwangi membuka 7 rute penerbangan 4 rute Banyuwangi-Jakarta, 3 rute Banyuwangi-Surabaya yang terdiri dari maskapai Garuda, Nam air dan citilink. Tidak hanya itu saja Banyuwangi juga punya aplikasi wisata, kuliner dan kalender festival berbasis android yang bekerja sama dengan PT. Telkom.), *Ketiga*, Amenitas (Banyak para investor berbondong-bondong ke Banyuwangi untuk berinvestasi di bidang perhotelan, sekarang banyuwangi mempunyai banyak hotel berbintang 3 dan bintang 4)” (*Wawancara pada tanggal 12 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, Perkembangan sektor pariwisata sangat berkembang begitu pesat di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut berpengaruh adanya peran sektor swasta dalam menerapkan 3A (Atraksi, Akses, dan Amenitas). Pertama, Atraksi : pengembangan obyek wisata menjadi 3 kategori sesuai dengan tingkat prioritasnya. Untuk prioritas utama obyek wisata yang dikembangkan adalah Kawasan Ijen, Plengkung, Sukamade. Tidak berhenti di pengembangan pariwisata saja, pengembangan Banyuwangi Festival juga dikembangkan. Pada tahun 2018 Banyuwangi Festival sudah mencapai 77 event dan untuk mensukseskan event-event tersebut pihak swasta ikut andil dalam pendanaan dalam pendanaan melalui sponsor dan APBD; Kedua, Aksesibilitas : sekarang Banyuwangi membuka 7 rute penerbangan 4 rute Banyuwangi-Jakarta, 3 rute Banyuwangi-Surabaya yang terdiri dari maskapai Garuda, Nam air, dan Citilink. Hal tersebut untuk mendongkrak jumlah pengunjung pariwisata di Banyuwangi. Tidak hanya itu saja Banyuwangi juga punya aplikasi wisata, kuliner dan kalender festival berbasis android yang bekerja sama dengan PT. Telkom dengan tujuan untuk

memudahkan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara mencari informasi saat berada di Banyuwangi. Ketiga, Amenitas : mengembangkan pelayanan amenities dengan pola “pusat dan sub pusat” berdasarkan prinsip keseimbangan dan penyebaran atau pemerataan. Pusat amenities dikonsentrasikan di Kota Banyuwangi dan sub pusat amenities menyebar di 3 kota kecamatan yaitu Ketapang, Genteng dan Muncar. Banyak para investor berbondong-bondong ke Banyuwangi untuk berinvestasi di bidang perhotelan, sekarang Banyuwangi mempunyai banyak hotel berbintang 3 dan bintang 4. Berdasarkan hal tersebut didukung oleh Perda Nomor 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Banyuwangi BAB VIII Pasal 26.

**Tabel 13. Peran Sektor Swasta**

<b>Setiap Pengusaha Pariwisata Berkewajiban :</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;</li> <li>2. Memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab;</li> <li>3. Memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif;</li> <li>4. Memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan dan keselamatan wisatawan;</li> <li>5. Memberikan perlindungan asuransi pada wisatawan bagi usaha pariwisata dengan kegiatan yang berisiko tinggi;</li> <li>6. Mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi;</li> </ol>
<b>Setiap Pengusaha Pariwisata Berkewajiban :</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal;</li> <li>8. Meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pendidikan dan pelatihan;</li> <li>9. Berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pemberdayaan masyarakat;</li> <li>10. Turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum dilingkungan tempat</li> </ol>

**usahanya;**

11. **Memelihara lingkungan yang sehat, bersih, dan asri;**
12. **Memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya;**
13. **Menjaga citra negara dan bahasa Indonesia melalui kegiatan usaha kepariwisataan secara bertanggung jawab; dan**
14. **Meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pendidikan dan pelatihan.**

*Sumber : Perda Nomor 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Banyuwangi*

### **c. Peran Masyarakat**

Pada era globalisasi, peran masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan ditumbuhkan melalui berbagai hal. Banyak sekali program-program pembangunan yang mengedepankan masyarakat dalam proses pelaksanaan pembangunan, “Entry Point” pelaksanaan pembangunan model pelibatan masyarakat yang umumnya dilakukan adalah melalui lembaga perwakilan masyarakat yang dibentuk (baru) atau lembaga masyarakat yang sudah ada. Dari lembaga tersebut masyarakat dapat memberikan usulan pembangunan, ikut dalam pelaksanaan pembangunan serta dapat melakukan pengendalian dalam bentuk pengawasan pelaksanaan pembangunan. Program-program tersebut umumnya di “set up” (berfungsi) sebagai stimulan untuk lebih merangsang keterlibatan masyarakat dalam pembangunan, selain mempunyai misi yang lain.

Pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi cukup cepat dilakukan karena konsepnya yang sangat unik dan membangun konsep pariwisata kerakyatan. Berikut hasil wawancara dengan Bapak



Bramudaselaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Banyuwangi:

“... Kita membangun konsep pariwisata kerakyatan, pemerintah daerah selalu mengikut sertakan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata, banyak festival berbasis adat lahir dari masyarakat, contoh festival berbasis tradisi rakyat antara lain : Festival Gandrung Sewu, Tumpeng Sewu, ritual Kebo-keboan, dan Tari Seblang. jadi disini banyak sekali objek wisata yang dikelola oleh masyarakat atau bisa di sebut POKDARWIS yang berkonsep wisata berbasis desa, sehingga masyarakat di dorong untuk tumbuh berkembang sekaligus jadi alat pemerataan pembangunan harapannya pemerintah bersinergis dengan masyarakat ” (*Wawancara pada tanggal 12 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Kita berangkat bareng-bareng dari nol. Misalnya cara bakar ikan yang baik, warung-warung kita latih. Kita latih warga yang buka homestay, bagaimana penataan toilet, bagaimana melipat seprai. Bahkan ada kursus bahasa asing gratis untuk sekitar 3.000 warga desa tiap tahunnya. Susah, tapi ya harus dilakukan untuk membuat pengembangan pariwisata ini berakar di masyarakat. Itulah seninya, itulah uniknya pengembangan pariwisata Banyuwangi ” (*Wawancara pada tanggal 13 Februari 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran serta masyarakat sangat mempengaruhi kemajuan pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pemerintah daerah mengikut sertakan masyarakat dalam berbagai kegiatan pariwisata di Banyuwangi. Masyarakat mulai menggali kearifan lokal yang ada di daerahnya untuk dikembangkan menjadi objek wisata. Dengan konsep partisipasi masyarakat tersebut, tumpuan



pariwisata ada di masyarakat desa, sehingga Banyuwangi intens dalam menggerakkan wisata berbasis desa yang sekaligus jadi alat pemerataan pembangunan. Berdasarkan dengan hal tersebut sesuai dengan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi dan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata BAB VIII Pasal 15.

**Tabel 14. Peran serta Masyarakat**

**Setiap Anggota Masyarakat Desa Berhak :**

1. **Memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi dan terlibat dalam penyelenggaraan desa wisata;**
2. **Melakukan usaha pariwisata desa dalam kelompok-kelompok kerja;**
3. **Berperan dalam proses pembangunan kawasan desa wisata di wilayahnya.**

*Sumber : Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi dan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata BAB VIII Pasal 15.*

### **3. Faktor Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Pengembangan Pariwisata**

Dalam sebuah strategi yang sedang atau akan dikembangkan, ada banyak hal yang harus di pertimbangkan termasuk faktor-faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Adapun faktor-faktor tersebut adalah :

#### **a. Faktor Internal**

##### **1) Kekuatan (*Strengths*)**

##### **a) Peran Pemerintah Daerah dalam Mengembangkan Produk Pariwisata**

Dalam melaksanakan peran pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi memberikan dukungan yang nyata. Berikut hasil wawancara dengan bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... gini mas kami melakukan pengembangan produk wisata melalui banyuwangi festival, selain itu juga kami melakukan promosi pariwisata, serta melakukan pelatihan dan pembinaan”  
*(Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).*

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Yaa benar sekali mas, pemda memberikan pelatihan dan pembinaan ke seluruh pelaku pariwisata yang ingin terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan perkembangan yang signifikan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi”  
*(Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah daerah dalam mengembangkan produk pariwisata melalui Banyuwangi Festival, selain itu pemerintah daerah juga melakukan promosi serta melakukan pelatihan dan pembinaan kepada pelaku pariwisata dengan tujuan dapat memberikan perkembangan yang sangat signifikan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan Rencana Induk Pariwisata Daerah Kabupaten Banyuwangi, pemerintah juga mempunyai peranan untuk bertindak sebagai fasilitator, regulator (pembuat kebijakan), motivator (salah satunya sebagai pencipta iklim investasi yang baik) dan mediator.

**b) Keinginan Pemerintah Daerah Menjadikan Banyuwangi Sebagai Kota Pariwisata**

Keseriusan pemerintah daerah menjadikan banyuwangi sebagai kota pariwisata dilihat dari visi-misi Bupati Kabupaten Banyuwangi. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan :

“... Jadi gini, bahwa kita ketahui bahwa banyuwangi mempunyai banyak potensi pariwisata. Langkah awal yang dilakukan pemerintah daerah adalah menjadikan pariwisata sebagai produk unggulan, yang mana sudah tertuang dalam visi-misi Bupati Kabupaten Banyuwangi” (*Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“...jadi gini, pada tahun 2012 sektor pariwisata di Kabupaten dengan tajuk *The Sunrise of Java* ini mendapatkan penghargaan dari *Travel Tourism Club Award* (TCTA) 2012, sebagai kabupaten/kota yang berkomitmen untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkualitas. Sementara pada tahun 2013 Banyuwangi juga kembali mendapatkan penghargaan dari TCTA untuk kategori Most Creative tingkat kabupaten/kota” (*Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di*

*Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa keinginan pemerintah daerah menjadikan banyuwangi sebagai kota pariwisata dilihat dari visi-misi Bupati Kabupaten Banyuwangi dan juga pada tahun 2012 Kabupaten Banyuwangi mendapat penghargaan dari Travel Tourism Club Award (TCTA) sebagai kabupaten/kota yang berkomitmen untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkualitas, sementara pada tahun 2013 Banyuwangi kembali mendapatkan penghargaan dari TCTA untuk kategori Most Creative tingkat Kabupaten/Kota.

**c) Kualitas Sumberdaya Manusia Yang Memadai**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang berkerja sama dengan Kelompok sadar pariwisata (POKDARWIS) maka bertambahnya pula kemampuan pelaku industri pariwisata dalam berbagai hal terutama dalam mengembangkan produk pariwisata yang memang secara khusus di tekankan oleh dinas dan komunitas. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“.... Begini mas, sumber daya manusia yang sudah memadai memberikan kemudahan untuk mengembangkan pariwisata kedepannya, pelaku industri pariwisata yang sudah mempunyai produknya sendiri dapat dengan mudah menerima banyak masukan ataupun pengetahuan baru yang diberikan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, sehingga dalam mengembangkan

obyek wisata dapat berjalan dengan cepat” (*Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memberikan banyak masukan ataupun pengetahuan baru kepada pelaku industri pariwisata yang sudah mempunyai produknya sendiri, sehingga dalam mengembangkan obyek wisata dapat berjalan dengan cepat.

## **2) Kelemahan (*Weaknesses*)**

### **a) Kurangnya Fasilitas Sarana dan Prasarana Penunjang Pariwisata**

Fasilitas sarana dan prasarana merupakan hal pokok dalam menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata, pentingnya fasilitas sarana dan prasarana menjadi kunci utama dalam pengembangan pariwisata yang akan dijalankan. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Pemda sudah memaksimalkan untuk melengkapi fasilitas penunjang pariwisata, namun masih ada beberapa obyek wisata fasilitas sarana dan prasarana belum memadai. Salah satunya pemeliharaan dan pengembangan infrastruktur, seperti jalan akses dari kawasan wisata yang satu ke daerah wisata lain” (*Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Banyuwangi sudah memaksimalkan untuk

melengkapi fasilitas penunjang pariwisata, namun masih ada beberapa obyek wisata fasilitas sarana dan prasarana belum memadai. Salah satunya pemeliharaan dan pengembangan infrastruktur, seperti jalan akses dari kawasan wisata yang satu ke daerah wisata lain. Berdasarkan hal tersebut diperlukan pembangunan infrastruktur secara intensif.

#### **b) Kurangnya Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya Pariwisata**

Pelaku industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi tidak semua masyarakat sadar tentang pentingnya pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi, hal tersebut menyebabkan partisipasi masyarakat kurang dalam mengembangkan pariwisata. Selain permasalahan tersebut, ada beberapa masyarakat seakan tutup mata dengan perkembangan pariwisata di Banyuwangi, hal ini biasanya terjadi pada masyarakat yang berada di wilayah yang tidak potensi dalam pengembangan pariwisata. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan :

“...kami perlu mengoptimalkan sektor pariwisatanya bersama masyarakat. Oleh karenanya, harus ada kerjasama antara pemerintah dan masyarakat dalam membuat inovasi dan kreasi dalam sektor pariwisata atau ekonomi kreatif. Sehingga, nantinya akan muncul kesadaran tentang sadar wisata dalam membangun kota pariwisata” (*Wawancara pada tanggal 17*

*Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).*

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Perlu mengoptimalkan sektor pariwisata dan bersama masyarakat. Oleh karenanya, harus ada kerjasama antara pemerintah dan masyarakat dalam membuat inovasi dan kreasi dalam sektor pariwisata atau ekonomi kreatif. Sehingga, nantinya akan muncul kesadaran tentang sadar wisata dalam membangun kota pariwisata. Selain kerja sama, pihak yang berkaitan seperti (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) juga harus menyelenggarakan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya kesadaran sadar wisata dan nilai-nilai sapta pesona dalam penyelenggaraan kota pariwisata.

### **c) Kurangnya Tenaga Ahli Berbahasa Asing**

Sumber daya manusia di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ataupun pada Kelompok Sadar Pariwisata (POKDARWIS) yang masih terbatas dari segi kualitas tenaga ahli berbahasa asing. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... gini mas, jika kita lihat dari jumlah tenaga pramuwisata yang tergabung dalam HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Cabang Banyuwangi yang berjumlah 27 orang, dengan spesialisasi Bahasa Inggris 25 orang, Bahasa Belanda 1 orang Bahasa Jepang 1 orang. (Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).



Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah tenaga pramuwisata yang tergabung dalam HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Cabang Banyuwangi yang berjumlah 27 orang, dengan spesialisasi Bahasa Inggris 25 orang, Bahasa Belanda 1 orang Bahasa Jepang 1 orang. Hal tersebut, masih terbatas dari segi kualitas tenaga ahli berbahasa asing.

## **b. Faktor Eksternal**

### **1) Peluang (*Opportunities*)**

#### **a) Jumlah Pengunjung Meningkat**

*The Sunrise of Java*, kabupaten yang dijuluki kota pariwisata yang terletak di ujung timur pulau jawa. Sebut saja kabupaten Banyuwangi, kabupaten yang memiliki banyak destinasi pariwisata berupa pantai, hutan, daerah konservasi, dan pegunungan serta 77 festival setiap tahunnya mampu membawa nama banyuwangi menuju kancah nasional dan internasional. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Bramuda selaku Plt. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang mengatakan :

“... Banyuwangi baru saja sukses meraih penghargaan dari badan urusan pariwisata Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) atau UNWTO di ajang *12th UNWTO Awards Forum* yang digelar di Madrid, Spanyol. Dalam penghargaananya, Banyuwangi telah menyabet *UNWTO Awards For excellence and Innovation in Tourism* untuk kategori Inovasi Kebijakan Publik dan Tata Kelola” (Wawancara pada tanggal 17 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Setiap tahun jumlah pengunjung wisatawan mancanegara maupun domestik mengalami peningkatan, pada tahun 2015 jumlah pengunjung wisatawan manca maupun domestik mencapai 1.972.393, sedangkan pada tahun 2016 jumlah pengunjung wisatawan mancanegara maupun domestik mengalami peningkatan mencapai 4.113.752” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi baru saja sukses meraih penghargaan dari badan urusan pariwisata Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) atau UNWTO di ajang 12th *UNWTO Awards Forum* yang digelar di Madrid, Spanyol. Dalam penghargaanannya, Banyuwangi telah menyabet *UNWTO Awards For excellence and Innovation in Tourism* untuk kategori Inovasi Kebijakan Publik dan Tata Kelola. Kesuksesan sektor pariwisata Banyuwangi menyebabkan terus meningkatnya kunjungan wisatawan ke Banyuwangi.

#### **b) Pengembangan Produk Pariwisata Baru**

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang desa wisata tersebut, akan memberikan ruang kepada desa untuk mengembangkan desa-desa wisata. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... jadi gini mas, Pemda telah menerbitkan Perda No. 1 Tahun 2017 tentang desa wisata di dalam Perda tersebut telah diatur ruang lingkup, promosi desa, dan hal terkait lainnya termasuk desa yang memiliki potensi alam dan produk lokal yang khas juga turut dikembangkan. Hal tersebut akan menciptakan peluang dalam mengembangkan produk-produk pariwisata baru di Banyuwangi” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... Sekarang ini di Banyuwangi terdapat 10 desa wisata yang berkembang di antaranya, Desa Bangsring, Wongsorejo yang mengembangkan wisata Bangsring Uder Water, Desa Gombongsari Kalipuro wisata kopi dan susu kambing etawa, Desa Tamansari Licin di lereng kaki Ijen yang mengembangkan wisata belerang, Desa adat Kemiren Glagah, Pulau Merah, Rumah Pohon, dan beberapa pengembangan wisata lainnya” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Daerah telah menerbitkan Perda No. 1 Tahun 2017 tentang desa wisata Hal tersebut untuk menciptakan peluang dalam mengembangkan produk-produk pariwisata baru di Banyuwangi. Selain itu, di Banyuwangi terdapat 10 desa wisata yang sedang berkembang.

### **c) Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Meningkat**

Potensi wisata di Kabupaten Banyuwangi cukup beragam dan mempunyai karakteristik tersendiri sehingga mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya di tingkat regional maupun nasional. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... jika kita lihat data dari Badan Pusat Statistik jumlah pengunjung wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut mendorong peningkatan konsumsi pada jual-beli barang dan jasa terutama di sektor pariwisata” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peluang pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya di sekitar obyek wisata akan mengalami peningkatan jika dilihat dari kunjungan wisata domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Banyuwangi.

## **2) Ancaman (*Treaths*)**

### **a) Persaingan Yang Relatif Ketat Antar Desa dalam Penawaran Produk Pariwisata**

Jumlah pelaku industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi sangat banyak dari berbagai desa yang berpotensi mencapai puluhan pelaku industri pariwisata, tidak dipungkiri dengan banyaknya pelaku industri pariwisata pada sektor sejenis membuat adanya persaingan yang ketat antar pelaku industri pariwisata. Berikut hasil wawancara

dengan Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... gini mas penerbitan perda tentang desa wisata tersebut bisa memberikan dampak yang baik karena antar pelaku industri pariwisata berlomba-lomba untuk mengembangkan produk pariwisata yang terbaik kepada wisatawan, namu juga dapat berdampak buruk karena akan terjadi persaingan yang sangat ketat” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hal tersebut dijadikan ancaman karena dalam persaingan terkadang ada yang bersaing dengan tidak sehat, alhasil menciptakan kecurangan-kecurangan dalam persaingan. Fenomena tersebut tidak dapat dihidari karena bersaing adalah hal yang lumrah dalam berbisnis, karena persaingan yang baik adalah persaingan yang sehat bebas dari segala macam bentuk kecurangan, maka persaingan yang ketat antar desa dapat di jadikan ancaman dalam mengembangkan pariwisata.

#### **b) Rendahnya Minat Generasi Muda dalam Mengembangkan Budaya Lokal**

Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) suatu event budaya yang diharapkan mampu menjembatani modernisasi seni budaya lokal yang selama ini tumbuh kembang dalam kehidupan masyarakat Banyuwangi menjadi sebuah event dalam bentuk parade berskala Internasional tanpa harus merubah nilai-nilai yang sudah berkembang

dan tumbuh di dalam masyarakat baik spirit maupun filosofinya.

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid

Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... BEC itu merupakan wadah pemacu kreatifitas generasi muda untuk menuangkan gagasan-gagasan unik dan menarik serta memvisualisasi gagasan yang berlatar etnik dan tradisi tersebut ke dalam bentuk dan kemasan artistik sebagai apresiasi terhadap nilai budaya lokal sehingga dapat memiliki daya tarik tersendiri dalam meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap budaya lokal” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan pernyataan diatas, ditegaskan lagi oleh Bapak Darmanto selaku Kasubbid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... kalau kita lihat generasi muda yang ada di Banyuwangi tidak semuanya menjadi pelaku dalam mengembangkan budaya lokal, hanya sebagai penonton dan tidak ada yang berkeinginan menjadi pelaku untuk melestarikan budaya, cuman beberapa saja. Hal tersebut yang menjadi ancaman karena ditakutkan minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal masih rendah” (*Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi*).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa BEC itu merupakan wadah pemacu kreatifitas generasi muda untuk menuangkan gagasan-gagasan unik dan menarik serta memvisualisasi gagasan yang berlatar etnik dan tradisi tersebut ke dalam bentuk dan kemasan artistik sebagai apresiasi terhadap nilai budaya lokal sehingga dapat memiliki daya tarik tersendiri dalam



meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap budaya local, tetapi generasi muda di banyuwangi tidak semuanya menjadi pelaku dalam mengembangkan budaya lokal, hanya beberapa saja tidak berkeinginan menjadi pelaku untuk melestarikan budaya. Hal tersebut yang menjadi ancaman karena minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal masih terbelang rendah.

### c) Kesenjangan Ekonomi

*The Sunrise of Java*, kabupaten yang dijuluki kota pariwisata yang terletak di ujung timur pulau jawa. Sebut saja kabupaten Banyuwangi, kabupaten yang memiliki banyak destinasi pariwisata berupa pantai, hutan, daerah konservasi, dan pegunungan. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Sonny selaku Kabid Pariwisata Disbudpar Kabupaten Banyuwangi :

“... gini mas tidak semua daerah di Banyuwangi berpotensi di sektor pariwisata, karena sebagian warga banyuwangi mayoritas berpotensi di sektor pertanian. (Wawancara pada tanggal 18 Mei 2018 di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi).

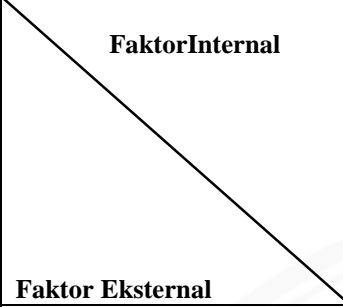
Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemerintah daerah harus memikirkan wilayah yang tidak berpotensi pariwisata untuk mengantisipasi kesenjangan ekonomi masyarakat Kabupaten Banyuwangi.

Dalam proses penyusunan strategi ada beberapa pertimbangan untuk menentukan startegi tersebut, menurut Fredy Rangkuti (2003) menunjukan bahwa



kinerja perusahaan dapat di tentukan oleh kombinasi faktor internal dan eskternal. Menurut Bryson (2001:148) analisis SWOT juga akan membantu mempersiapkan strategi yang efektif. Dari pendapat tersebut kita dapat mengetahui bahwa analisis SWOT dapat digunakan dalam penyusunan sebuah strategi bagi sebuah organisasi. Dengan adanya analisis SWOT hasil olahan peneliti diharapkan dapat digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagai pertimbangan dalam penyusunan strategi di tahun mendatang dan dapat membantu pengembangan pariwisata agar menjadi lebih baik lagi. Adapun matrik analisis SWOT yang telah diolah oleh penulis dapat menghasilkan strategi adalah sebagai berikut :

Tabel 15. Analisis SWOT

<div style="text-align: center;"> <b>Faktor Internal</b>   </div>	<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</b>
	<b>Faktor Eksternal</b>	
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> 1. Jumlah pengunjung meningkat 2. Pengembangan produk pariwisata baru 3. Pertumbuhan ekonomi masyarakat meningkat	<b>Strategi SO</b> Mengoptimalkan peran pemerintah daerah serta SDM untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan demi terwujudnya pertumbuhan ekonomi masyarakat	<b>Strategi WO</b> Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata dan jumlah tenaga ahli berbahasa asing
<b>Ancaman (<i>Treaths</i>)</b> 1. Persaingan yang relatif ketat antar desa dalam penawaran produk pariwisata 2. Rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal 3. Kesenjangan ekonomi	<b>Strategi ST</b> Mengatur persaingan antar desa dalam penawaran produk wisata dan mencegah kesenjangan ekonomi	<b>Strategi WT</b> Meningkatkan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai pelaku pariwisata

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2018.

Berdasarkan hasil matrik analisis SWOT di atas dapat disusun strategi yang nantinya bisa digunakan dalam membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengembangkan potensi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, yaitu sebagai berikut:

**Strategi SO : Mengoptimalkan Peran Pemerintah Daerah Serta SDM Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan Demi Terwujudnya Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat**

Maksud dari strategi ini adalah optimalisasi peran Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dan pelaku-pelaku pariwisata untuk terus mengembangkan dan mempromosikan potensi produk pariwisata. Langkah-langkah agar strategi ini dapat berjalan dengan baik adalah dengan mengadakan pelatihan dan pengembangan yang disediakan untuk pelaku pariwisata atau masyarakat yang ada di sekitar obyek wisata. Peningkatan sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang dalam mengembangkan potensi produk pariwisata kedepannya karena peran Pemerintah Daerah juga memberikan pembinaan kepada masyarakat lokal mengenai pelayanan kepada wisatawan. Dengan adanya pelatihan dan penyelenggaraan promosi melalui atraksi diharapkan dapat mengembangkan potensi produk pariwisata dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung pariwisata demi terwujudnya pertumbuhan ekonomi masyarakat.

**Strategi WO : Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya Pariwisata Dan Jumlah Tenaga Ahli Berbahasa Asing**

Strategi ini digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata dan juga meningkatkan kualitas tenaga ahli berbahasa asing yang berada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta masyarakat di sekitar obyek wisata. Salah satu langkah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menggerakkan wisata berbasis desa. Hal tersebut untuk menggerakkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan

pariwisata di Banyuwangi. Dengan konsep partisipasi masyarakat tersebut, tumpuan pariwisata ada di masyarakat desa. Sehingga Banyuwangi intens menggerakkan wisata berbasis desa yang sekaligus jadi alat pemerataan pembangunan ekonomi. Selain itu meningkatkan jumlah kualitas tenaga ahli berbahasa asing juga sangat dibutuhkan untuk mempermudah pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta masyarakat lokal dalam melakukan pelayanan atau interaksi dengan wisatawan mancanegara. Adapun cara-cara yang dapat digunakan untuk strategi ini adalah : dengan cara pelatihan atau kursus berbahasa asing yang bisa dilakukan rutin secara berkala yang bisa di masukan dalam program dan kegiatan pada tahun selanjutnya, serta perekrutan tenaga ahli fungsional dalam bidang bahasa asing sehingga dapat mempermudah dalam mengembangkan pariwisata di Banyuwangi.

**Strategi ST : Meningkatkan Fasilitas Pendukung (Amenitas), Serta Mengatur Persaingan Antar Desa dalam Penawaran Produk Wisata Dan Mencegah Kesenjangan Ekonomi**

Maksud dari strategi ini adalah perlu untuk mengatur persaingan antar desa, karena pemerintah daerah menekankan pengembangan pariwisata berbasis desa wisata. Untuk mencegah terjadinya kesenjangan ekonomi pemerintah daerah harus membina masyarakat yang daerahnya tidak potensi dalam pengembangan pariwisata agar diarahkan ke bidang industri kreatif. Hal tersebut untuk meningkatkan pemerataan pembangunan ekonomi di Banyuwangi

**Strategi WT : Meningkatkan Pengadaan Fasilitas Sarana Dan Prasarana  
Penunjang Pariwisata Dan Meningkatkan Partisipasi  
Masyarakat Sebagai Pelaku Pariwisata**

Maksud dari strategi ini adalah untuk meningkatkan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana penunjang untuk mendukung pengembangan pariwisata. Sarana transportasi yang tidak memadai membuat mobilitas wisatawan terhambat dan mengurangi sisi kenyamanan wisatawan. Salah satu kendala bagi pengembangan pariwisata di Banyuwangi adalah tidak adanya sarana transportasi umum yang melintas ke desa-desa potensi pariwisata. Untuk itu perlu upaya-upaya pengadaan transportasi ke desa yang mempunyai potensi pariwisata, sebagai penunjang penting dalam pengembangan pariwisata. Selain itu juga perlu meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai pelaku pariwisata untuk mendorong perkembangan sosial ekonomi dan menyediakan sumber-sumber pendapatan dan manfaat menyeluruh bagi masyarakat lokal.

**C. Analisis Data dan Pembahasan**

**1. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata**

**a. Strategi Pengembangan Produk Pariwisata**

Secara umum wisata dulu disebut dengan Obyek wisata dan Daya Tarik Wisata (ODTW) menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 disebut dengan Destinasi Wisata (DW). Destinasi wisata merupakan area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata,

aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling melengkapi untuk mewujudkan kegiatan pariwisata.

Unsur yang menjadi pengaruh penting terhadap berkembangnya suatu destinasi wisata adalah daya tarik dari wisata itu sendiri. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya pariwisata potensial yang belum bisa disebut dengan daya tarik wisata, sebelum adanya suatu pengembangan tertentu. Menurut Yoeti (2006:164) mengatakan bahwa suatu objek wisata memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati oleh pengunjung, diantaranya adalah *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Dari ketiga kriteria diatas berkembangnya pariwisata di Banyuwangi dapat dilihat , antara lain :

#### 1) *Something to See*

*Something to see* merupakan suatu obyek wisata yang dapat dinikmati wisatawan berupa tontonan maupun pemandangan dari suatu destinasi pariwisata. Dengan kata lain obyek wisata tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menggenjot jumlah pengunjung pariwisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Hampir seluruh obyek wisata di banyuwangi menawarkan keindahan alam dan keunikan budaya lokal yang dapat dinikmati, wisatawan dapat berkunjung dan menyaksikan keindahan alam di Banyuwangi. Salah satu ada pada obyek wisata Kawah Ijen, kawah ijen memberikan keindahan alam yang jarang ditemukan di daerah lain dengan keindahan kawah dan api birunya.

## 2) *Something to Do*

*Something to do* merupakan kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata seperti fasilitas rekreasi baik itu arena bermain, olahraga, ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut. Banyak obyek wisata di Banyuwangi yang menyediakan kegiatan-kegiatan wisata seperti halnya olahraga. Salah satu contohnya adalah pada obyek wisata unggulan yaitu pantai pelengkung. Pada obyek wisata ini menawarkan olahraga surfing dengan ombak yang besar dan menantang.

## 3) *Something to Buy*

*Something to buy* merupakan fasilitas bagi wisatawan untuk berbelanja pada suatu obyek pariwisata, seperti belanja makanan dan souvenir khas daerah yang nantinya dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Di Banyuwangi, terdapat beberapa pusat oleh-oleh dan khas yang tersebar diberbagai daerah, diantaranya adalah rumah produksi batik khas Banyuwangi, pusat oleh-oleh dan souvenir. Pada obyek wisata sendiri, salah satunya adalah obyek wisata Pantai Pulau Merah, pantai yang merupakan salah satu pusat wisata unggulan di Banyuwangi ini telah banyak terdapat para penjual oleh-oleh dan souvenir khas daerah.

Apabila dilihat dari definisi Van Meter dan Van Horn dalam (Sabu, 2012:34) sehubungan dengan keberhasilan dalam mengimplementasikan suatu



program, bahwa implementasi suatu program dipengaruhi dari sumber daya yang baik, sumber daya manusia maupun sumber daya non manusia. Dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, komoditas unggulan yaitu wisata-wisata unggulan merupakan potensi sumber daya yang paling berpengaruh dalam mengembangkan pariwisata di Banyuwangi yang tentunya juga memperhatikan nilai-nilai budaya yang ada didalamnya.

Untuk memberikan daya tarik sendiri dari wisata-wisata unggulan tersebut diatas pemerintah daerah perlu melakukan pengembangan produk pariwisata. Menurut Paturusi (2001) pengembangan merupakan suatu strategi yang perlu dilakukan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar obyek daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.

Pengembangan obyek-obyek wisata unggulan di Banyuwangi yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi merupakan strategi yang sangat baik dimana obyek-obyek wisata unggulan yang banyak dikunjungi wisatawan akan memberikan dampak positif baik bagi perekonomian daerah maupun perekonomian masyarakat setempat. Untuk itu, pengembangan wisata-wisata di Banyuwangi sangat diperlukan untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata.

## **b. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi**

Pemasaran pariwisata merupakan salah satu strategi yang efektif dalam upaya pengembangan pariwisata. Menurut Wahab (2000:63) mendefinisikan tentang pemasaran pariwisata sebagai upaya-upaya yang sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing, dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran pariwisata selain ditunjukan kepada wisatawan juga untuk kemajuan pariwisata itu sendiri. Hal tersebut bertujuan untuk mengembangkan pariwisata, pemerintah Kabupaten Banyuwangi melakukan upaya pemasaran pariwisata melalui berbagai bentuk. Promosi merupakan salah satu komponen dalam melakukan pemasaran pariwisata, merupakan alat yang efektif dalam memasarkan suatu destinasi pariwisata, promosi baik digunakan untuk mensosialisasikan atau menawarkan kepada pasar mengenai produk yang ditawarkan, seperti misalnya, iklan brosur, TV, radio, kehumasan dan lain sebagainya. Upaya promosi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dilakukan dalam berbagai hal. Promosi dilakukan melalui iklan-iklan, baliho, dan media-media lain yang berhubungan dengan promosi produk wisata Banyuwangi.

Banyak sekali baliho-baliho promosi pariwisata di Banyuwangi yang kini tersebar di jalan-jalan di Banyuwangi, dan di beberapa titik pusat

keramaian dengan ukuran yang bervariasi. Promosi wisata juga dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi dalam berbagai bentuk, seperti halnya promosi yang dilakukan pada media-media, seperti televisi, media sosial majalah-majalah pada penerbangan dan alat transportasi lain, media cetak dan lain sebagainya. Selain itu, salah satu promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata adalah dengan mengadakan program *Banyuwangi Festival (B-Fest)*.

*B-Fest* berisi event dan festival budaya yang bertujuan untuk mempromosikan potensi pariwisata Banyuwangi serta beragam budaya yang dimiliki. Beberapa rangkaian acara *B-Fest* adalah: BEC, Gandrung Sewu, *International Tour de Banyuwangi Ijen*, *international Surfing Competition*, seblang bakungan, seblang olehsari, dan lain-lain. Seluruh acara *B-Fest* tersebut merupakan promosi potensi-potensi daerah, salah satunya adalah promosi budaya. Dalam rangkaian acara B-Fest, kebudayaan asli daerah dipertunjukkan dengan cara yang lebih menarik, hal ini dimaksudkan untuk menarik minat masyarakat dan wisatawan untuk menyaksikan pertunjukan dan mempromosikan kebudayaan Banyuwangi. Salah satu acara B-Fest yang menjadi unggulan adalah *Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)*. Pada acara BEC ini, beragam keragaman budaya Banyuwangi seperti Gandrung, seblang, dan kebo-keboan ditampilkan dalam bentuk peragaan busana yang sangat indah dan unik.

Namun, yang ditakutkan adalah pengurangan nilai asli dari kebudayaan itu sendiri. Nilai-nilai budaya yang kental dalam tarian gandrung, seblang, dan kebo-keboan justru malah semakin terkikis dan lebih menonjolkan unsur peragaan busananya. Masyarakat yang cenderung awam, terutama masyarakat luar daerah justru akan tidak memahami makna nilai-nilai budaya dalam tarian dan kebudayaan tersebut. Untuk itu, meskipun promosi melalui event dan festival budaya penting dalam upaya pengembangan pariwisata alangkah lebih baiknya apabila unsur budaya yang kental di Banyuwangi perlu diperhatikan tanpa harus mengurangi nilai-nilai asli budaya tersebut.

### **c. Strategi Pemanfaatan Ruang untuk Pariwisata**

Penataan ruang pada dasarnya merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan wilayah yang bertujuan untuk mendukung beberapa prinsip antara lain, meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup. Penataan ruang tidak hanya memberikan arahan lokasi investasi, tetapi juga memberikan jaminan terpeliharanya ruang yang berkualitas dan mempertahankan keberadaan obyek-obyek wisata sebagai asset suatu bangsa.

Strategi pemanfaatan ruang untuk pariwisata, Banyuwangi setiap tahun minimal harus ada 3 (tiga) tempat wisata baru, tempat wisata tersebut bisa milik warga, milik desa dan kerjasama antara pemerintah desa dengan perhutani, yang langsung dibina oleh pemerintah daerah dalam memperbaiki suatu obyek wisata dan dibantu juga mengenai promosinya. Berdasarkan dari

hal tersebut Banyuwangi sedang membangun pariwisata melalui desa wisata, karena desa wisata di Banyuwangi mempunyai potensi besar, terutama untuk segmen wisatawan yang tertarik ingin mengetahui seni-budaya masyarakat suku osing. Konsep desa wisata ini selaras dengan model pengembangan pariwisata berkelanjutan, jika keunggulannya sumber daya alam, maka desa wisata bisa meningkatkan daya dukung lingkungan, jika keunggulannya atraksi seni-budaya, maka desa wisata tersebut bisa melestarikan dan mengembangkan kearifan lokal. Tujuan dari semua itu untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sesuai dengan teori Wall (1993) dalam Suwena (2010), menekankan pembangunan pariwisata berkelanjutan tidak hanya pada ekologi dan ekonomi, tetapi juga berkelanjutan kebudayaan karena kebudayaan juga merupakan sumber daya penting dalam pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, Suwena (2010), mengkategorikan suatu kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :*“Pertama*, secara ekologi berkelanjutan, yaitu pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif terhadap ekosistem setempat. Selain itu, konservasi merupakan kebutuhan yang harus diupayakan untuk melindungi sumber daya alam dan lingkungan dari efek negatif kegiatan wisata; *Kedua*, secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu pada kemampuan penduduk lokal untuk menyerap usaha pariwisata (industry dan wisatawan) tanpa menimbulkan konflik sosial; *Ketiga*, secara

kebudayaan dapat diterima, yaitu masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda (kultur wisatawan); Keempat, secara ekonomi menguntungkan, yaitu keuntungan yang diadaptasikan dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat”.

#### **d. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Esensi keberhasilan sebuah kegiatan wisata sangat ditentukan dengan kualitas interaksi sosial yang terjadi antara wisatawan dengan suatu organisasi bidang kepariwisataan yang menanganinya. Konsep yang dapat menghantarkan menuju keberhasilan sebuah pengembangan pariwisata adalah MOT “*Moment Of Truth*”, dimana wisatawan diharapkan mendapatkan kesan dan penilaian positif secara terus menerus.

Pengembangan sumberdaya manusia pemerintah bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata melakukan sistem pendidikan dan pelatihan SDM kepariwisataan yang dilakukan satu tahun dua kali. Hal tersebut bertujuan untuk memiliki kemampuan mengenai manajemen kepariwisataan, perencanaan dan pemasaran. Sedangkan pengembangan sumberdaya manusia pemerintah daerah melakukan pengembangan pariwisata berbasis partisipasi masyarakat, semua potensi warga dikerahkan untuk diberikan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah daerah. Pemerintah daerah melakukan pelatihan kepada masyarakat mulai dari cara bakar ikan yang baik, selain melatih warung-warung disekitar tempat wisata, pemerintah juga melakukan pelatihan untuk warga yang buka *homestay*, bagaimana penataan toilet, bagaimana cara

melipat seprai. Bahkan ada kursus bahasa asing gratis untuk sekitar 3000 warga desa tiap tahunnya. Hal tersebut dilakukan untuk membuat pengembangan pariwisata berakar di masyarakat. Berdasarkan hal itu, merupakan seni dan keunikan dalam mengembangkan pariwisata di Banyuwangi.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sesuai dengan teori menurut Yaman dan Mohd (2004, dalam Nurhidayati 2012) ditandai dengan empat kondisi yaitu: *Pertama*, Anggota masyarakat harus berpartisipasi dalam proses perencanaan dan pembangunan pariwisata; *Kedua*, Pendidikan bagi tuan rumah, pelaku industri dan pengunjung/wisatawan; *Ketiga*, Kualitas habitat kehidupan liar, penggunaan energi dan iklim mikro harus dimengerti dan didukung; *Keempat*, Investasi pada bentuk-bentuk transportasi alternatif.

Senada dengan pendapat Warsitaningsih, (2002) dalam Nandi (2016) bahwa dalam pengembangan pengetahuan tenaga kerja ditekankan pada tiga hal pokok antara lain: *Pertama*, Pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan bervariasinya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan di hotel, berbeda dengan pelayanan di tempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata. *Kedua*, Pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapannya yang diperlukan dalam bidang pelayanan. *Ketiga*, Pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya.



Pendidikan Kepariwisata merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan potensi pariwisata, karena bidang ini memerlukan tenaga kerja terampil yang secara terus menerus harus dikembangkan.

## **2. Peran *Stakeholder* dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi**

### **a. Peran Pemerintah Daerah**

Pemerintah sebagai bagian dari pembuat kebijakan memiliki peranan besar dalam penyelenggaraan pembangunan, termasuk dalam bidang kepariwisataan. Bersama-sama dengan stakeholders lain yaitu pihak swasta dan masyarakat, mereka memiliki peran yang sama-sama penting dan saling ketergantungan antara satu dengan lainnya. Langkah awal yang dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata adalah menjadikan pariwisata produk unggulan, pemerintah daerah tidak hanya menjadi pelayan publik, tetapi juga bersama-sama pemangku kepentingan yang lain ikut serta dalam mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Saat ini Kabupaten Banyuwangi sedang gencar-gencarnya melakukan promosi pariwisata kepada masyarakat Indonesia serta dunia. Mengenalkan keindahan alam serta budaya yang masih terkesan natural. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya iklan atau kebijakan-kebijakan pemerintah yang mendukung hal tersebut. Seperti pembangunan infrastruktur dan fisik bagi pengembangan wilayah ekowisata. Sebagian akses jalan melalui tempat wisata diperbaiki untuk lebih memudahkan wisatawan ke Banyuwangi.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sesuai dengan teori mengenai peran dan tanggung jawab pemerintah, Menurut Pitana (2009: 114) mengungkapkan bahwa peran dan tanggung jawab pemerintah dalam implementasi kebijakan pariwisata mencakup beberapa hal seperti: pembangunan dan pengembangan infrastruktur, aktifitas pemasaran dan promosi, peningkatan kualitas budaya dan lingkungan serta pengembangan sumber daya manusia.

Melihat kondisi yang ada di lapangan bahwa pemerintah daerah menjadikan sektor pariwisata merupakan prioritas unggulan pembangunan daerah Banyuwangi bersama dengan sektor pertanian dan UMKM sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Banyuwangi tahun 2010- 2015. Penjabaran RPJMD tersebut adalah berupa visi Pembangunan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang termuat dalam Renstra SKPD Pariwisata, yaitu Mewujudkan Banyuwangi sebagai Daerah Tujuan Wisata Nasional yang Berbasis Kebudayaan dan Potensi Alam serta Lingkungan. Untuk meletakkan dasar bagi penyusunan program pembangunan daerah sektor pariwisata dan bagi penyusunan rencana pengembangan objek wisata secara lebih mendetil (komprehensif, terpadu dan berkesinambungan), Pemerintah Daerah Banyuwangi telah menerbitkan Peraturan Daerah nomor 13 tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten (RIPKK) Banyuwangi. Selain itu Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi juga

menerbitkan Peraturan Daerah nomor 08 tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Banyuwangi tahun 2012-2032 yang pada pasal 64 mengatur tentang kawasan Peruntukan Pariwisata, dan Perda Kabupaten Banyuwangi Nomor 1 Tahun 2017 Tentang Desa Wisata. Seluruh kebijakan pemerintah daerah yang berhubungan dengan pariwisata tersebut menjadi arah dan pedoman dalam pembangunan dan pengembangan sektor kepariwisataan di Banyuwangi.

Serupa dengan pendapat dari Kovner dalam Anonymous (2006) menyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) peran pemerintah dalam pembangunan, antara lain : (1) regulator, (2) pemberi biaya, dan (3) pelaksana kegiatan. *Pertama*, peran pemerintah sebagai regulator merupakan hal penting, dalam hal ini pengaturan dan pengawasan dalam pelaksanaan pengembangan tidak bisa begitu saja dibiarkan tanpa adanya campur tangan pemerintah. *Kedua*, bukan hanya pemerintah yang bertindak sebagai penyedia biaya dalam pembangunan, tetapi masih ada pihak swasta yang juga memberikan peran yang sangat kuat dalam pembangunan. Keterbatasan yang dimiliki oleh pemerintah menjadi peran swasta ini lebih muncul di permukaan. Meskipun demikian, swasta juga tidak akan pernah ada tanpa persetujuan dari pemerintah. *Ketiga*, pemerintah sebagai pelaksana kegiatan. Artinya pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan tentang adanya pelaksanaan suatu program perencanaan dalam pembangunan yang sedang dijalankan.

Pelaksanaannya pemerintah tidak akan berjalan tanpa ada kekuatan dari masyarakat dan adanya peran dari swasta.

#### **b. Peran Sektor Swasta**

Perkembangan sektor pariwisata sangat berkembang begitu pesat di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut berpengaruh adanya peran sektor swasta dalam menerapkan 3A (Atraksi, Akses, dan Amenitas). Hal tersebut sejalan dengan teori Oka A. Yoeti (1996:165) bahwa keberhasilan suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata tergantung pada aspek 3A yaitu attraction (atraksi), accessibility (mudah dicapai), amenities (fasilitas).

Pertama, Atraksi : pengembangan obyek wisata menjadi 3 kategori sesuai dengan tingkat prioritasnya. Untuk prioritas utama obyek wisata yang dikembangkan adalah Kawasan Ijen, Plengkung, Sukamade. Tidak berhenti di pengembangan pariwisata saja, pengembangan Banyuwangi Festival juga dikembangkan. Pada tahun 2018 Banyuwangi Festival sudah mencapai 77 event dan untuk mensukseskan event-event tersebut pihak swasta ikut andil dalam pendanaan dalam pendanaan melalui sponsor dan APBD;

Kedua, Aksesibilitas : sekarang Banyuwangi membuka 7 rute penerbangan 4 rute Banyuwangi-Jakarta, 3 rute Banyuwangi-Surabaya yang terdiri dari maskapai Garuda, Nam air, dan Citilink. Hal tersebut untuk mendongkrak jumlah pengunjung pariwisata di Banyuwangi. Tidak hanya itu saja Banyuwangi juga punya aplikasi wisata, kuliner dan kalender festival berbasis android yang bekerja sama dengan PT. Telkom dengan tujuan untuk

memudahkan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara mencari informasi saat berada di Banyuwangi. Ketiga, Amenitas : mengembangkan pelayanan amenities dengan pola “pusat dan sub pusat” berdasarkan prinsip keseimbangan dan penyebaran atau pemerataan. Pusat amenities dikonsentrasikan di Kota Banyuwangi dan sub pusat amenities menyebar di 3 kota kecamatan yaitu Ketapang, Genteng dan Muncar. Banyak para investor berbondong-bondong ke Banyuwangi untuk berinvestasi di bidang perhotelan, sekarang Banyuwangi mempunyai banyak hotel berbintang 3 dan bintang 4.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sesuai dengan teori Sunaryo (2013:90) keberhasilan pengembangan *good tourism governance* dalam pembangunan kepariwisataan di negara lain, salah satu jawaban terhadap isu terkait kelangkaan modal dan profesionalisme sumber daya manusia di sektor publik (pemerintah). Hal tersebut perlu dijalinnya kerjasama strategis antara pemerintah dan swasta dalam merencanakan dan mengembangkan berbagai inisiatif program pembangunan kepariwisataan.

Pemerintah daerah memandang keberadaan lembaga sektor swasta sebagai bagian dari kelembagaan kepariwisataan dan memberlakukannya sebagai mitra kerja dan berupaya mendorong peran sertanya dalam membina pariwisata sesuai dengan bidangnya masing-masing, terutama dalam membina keterampilan dan keahlian anggotanya, memelihara hubungan kerja yang baik antara sesama anggota dan dengan asosiasi lainnya dan dengan masyarakat

luas, serta memberikan masukan-masukan kepada pemerintah sesuai dengan kebijaksanaan umum yang digariskan pemerintah.

### c. Peran Masyarakat

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi membangun konsep pariwisata kerakyatan, maksud dari hal tersebut pemerintah daerah selalu mengikut sertakan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata, karena banyak festival berbasis adat lahir dari masyarakat Banyuwangi. Salah satu contoh festival berbasis tradisi rakyat antara lain festival Gandrung Sewu, Tumpeng Sewu, ritual Kebo-keboan, dan tarian seblang. Jadi di Banyuwangi banyak sekali objek wisata yang dikelola oleh masyarakat yang berkonsep wisata berbasis desa. Tujuan dari itu semua untuk mendorong masyarakat tumbuh dan berkembang sekaligus jadi alat pemerataan pembangunan, harapannya pemerintah bersinergis dengan masyarakat.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sesuai dengan teori dari Pitana (2000) dalam Arismayanti (2010), memunculkan konsep pariwisata kerakyatan yang memiliki karakteristik ideal, antara lain : *Pertama*, skala usaha yang dikembangkan adalah skala kecil sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah di dalam pengusahaannya; *Kedua*, pelakunya, adalah masyarakat menengah ke bawah atau biasanya didominasi oleh masyarakat lokal; *Ketiga*, input yang digunakan, baik sewaktu konstruksi maupun operasional berasal dari daerah setempat atau komponen importnya kecil; *Keempat*, aktivitas berantai yang ditimbulkan sangat banyak, baik

secara individu maupun kelembagaan akan semakin besar yang konsekuensinya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat lokal; *Kelima*, berbasis kebudayaan lokal karena pelakunya adalah masyarakat lokal; *Keenam*, ramah lingkungan, karena terkait dengan tidak adanya konversi lahan secara besar-besaran serta tidak adanya pengubahan bentang alam yang berarti; *Ketujuh*, tidak seragam, karena bercirikan keunikan daerah setempat; *Kedelapan*, menyebar diberbagai daerah.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, peran serta masyarakat sangat mempengaruhi kemajuan pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pemerintah daerah mengikut sertakan masarakat dalam berbagai kegiatan pariwisata di Banyuwangi. Masyarakat mulai menggali kearifan lokal yang ada di daerahnya untuk dikembangkan menjadi objek wisata.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata teramat penting sebagaisalah satu faktor pendukung dalam pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan potensisumber daya wisata, lingkungan, sosial dan budaya masyarakatnya, maka konsep pengembangan pariwisata berbasis desa wisata sangat tepat selain untuk mendorong partisipasi masyarakat juga untuk mendorong percepatan pengembangan kawasan pariwisata di wilayah banyuwangi.

Kondisi yang dijelaskan penulis tersebut sejalan dengan teori dari Muallissin dalam (Untari, 2009:24) merupakan pariwisata yang menyadari



kelangsungan budaya, sosial, dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat setempat guna membantu para wisatawan untuk meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang tata cara hidup masyarakat lokal (*local way of life*).

### **3. Faktor Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam Pengembangan Pariwisata**

Dalam proses penyusunan strategi ada beberapa pertimbangan untuk menentukan strategi tersebut, menurut Fredy Rangkuti (2003) menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Dengan adanya identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat saja mengetahui apa saja kelebihan, kekurangan, peluang serta ancaman. Selain itu identifikasi lingkungan internal dan eksternal ini dapat menggunakan matrik SWOT yang dapat dijadikan alternatif strategi bagi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata. Pembahasannya adalah :

#### **a. Faktor Internal**

Dalam penentuan strategi dibutuhkan faktor internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan apa saja yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi. Kekuatan yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata adalah 1) Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Peoduk Pariwisata, 2) Keinginan Pemerintah Daerah menjadikan Banyuwangi sebagai Kota Pariwisata, 3) Kualitas Sumberdaya

Manusia yang Memadai. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata adalah : 1) Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata, 2) Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata, 3) Kurang tenaga ahli berbahasa asing.

Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata yaitu melalui pembinaan, pelatihan serta promosi potensi pariwisata yang ada di Banyuwangi, kegiatan ini banyak didukung oleh pelaku industri pariwisata dan juga masyarakat Banyuwangi, terutama pada pembinaan dimana pelaku industri pariwisata mendapat pengetahuan tentang perkembangan inovasi dan bagaimana cara mengelola produk pariwisata agar menarik untuk dipasarkan. Namun peran Pemerintah Daerah tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya peran pendukung dari Kelompok Sadar Pariwisata (POKDARWIS). Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh United Nation Development Program (2008) dan Konsep governance, Siagian (2002) dengan konsep pelaksanaan strategi bahwa keduanya mengemukakan hal yang sama yaitu dalam melaksanakan kepentingan publik tidak hanya dilaksanakan sendiri oleh Pemerintah Daerah, namun dibutuhkan peran lain dari pihak-pihak terkait untuk mencapai suatu keadaan yang diinginkan. Pemerintah Daerah juga mempunyai peranan untuk bertindak sebagai fasilitator, regulator (pembuat kebijakan), motivator (salah satunya sebagai pencipta iklim investasi yang baik) dan mediator. Hal tersebut serupa dengan pendapat dari

Kovner dalam Anonymous (2006) menyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) peran pemerintah dalam pembangunan, antara lain : (1) regulator, (2) pemberi biaya, dan (3) pelaksana kegiatan.

Selain itu keinginan Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi untuk menjadikan kota pariwisata membuat kemudahan untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan pariwisata. Mengetahui adanya dukungan yang besar dari Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Kelompok Sadar Pariwisata (POKDARWIS) memaksimalkan potensi-potensi pariwisata yang ada di wilayah Banyuwangi. Dukungan yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi memberikan dampak positif untuk perkembangan pariwisata kedepannya. Fenomena tersebut sesuai dengan teori dukungan organisasi yang dikemukakan oleh Hutchinson (1997) yang mengatakan dukungan adalah komitmen organisasi terhadap individu/organisasi lain. Disini organisasi yang dimaksud adalah Pemerintah Kabupaten Banyuwangi yang berkomitmen menjadikan Banyuwangi sebagai Kota pariwisata, dengan berkomitmen kepada pihak-pihak yang terkait untuk terus mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Banyuwangi. Selain itu kualitas sumber daya yang memenuhi kapasitas juga menjadikan kemudahan untuk pengembangan pariwisata, dimana kualitas sumber daya ini sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana (2013) yang mengatakan diperlukan orang-orang yang kreatif

dan memiliki keahlian yang mampu menghadapi persaingan dan perubahan di dunia nyata. Dengan demikian, pelaku industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi di harapkan dapat mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi untuk menunjang kualitas sumberdaya manusia yang semakin baik dan memadai yang mana nantinya akan berpengaruh pada perkembangan pariwisata di Banyuwangi.

Namun terdapat pula kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah. Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata membuat terhambatnya dalam mendukung pengembangan pariwisata. Fasilitas pariwisata merupakan semua jenis sarana dan prasarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi wisata. Tentu saja dalam pengembangan pariwisata kalau sarana dan prasarana belum memadai akan mengakibatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke banyuwangi berkurang. Hal tersebut sejalan dengan teori dari Bukart dan Medlik (1974:133), fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulusi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Akan tetapi ketiadaanya dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Maka dari itu fasilitas wisata sangat dibutuhkan sebagai upaya dalam melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/ wisatawan di tempat yang mereka kunjungi.

Selain itu Pelaku industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi tidak semua masyarakat sadar tentang pentingnya pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi, hal tersebut menyebabkan partisipasi masyarakat kurang dalam mengembangkan pariwisata. Selain permasalahan tersebut, ada beberapa masyarakat seakan tutup mata dengan perkembangan pariwisata di Banyuwangi, hal ini biasanya terjadi pada masyarakat yang berada di wilayah yang tidak potensi dalam pengembangan pariwisata. Hal tersebut sejalan dengan Varesci (2001:20) menjelaskan bahwa selama ini pembangunan pariwisata dilakukan dengan mengesampingkan penduduk setempat. Masyarakat hanya menjadi penonton dari proyek-proyek pariwisata yang dibangun. Cara ini untuk jangka panjang berbahaya, karena dapat menciptakan kecemburuan sosial. Mengikutsertakan penduduk setempat dalam pelaksanaan proyek dan bahkan dalam pengelolaan justru member manfaat dan keuntungan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Sumber daya manusia di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ataupun pada Kelompok Sadar Pariwisata (POKDARWIS) yang masih terbatas dari segi kualitas tenaga ahli berbahasa asing. Hal tersebut sejalan dengan teori Suwantoro (2004:56) menjelaskan bahwa sumber daya manusia merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata, yang mana sumber daya manusia yang dimaksud harus memiliki keahlian dan keterampilan yang tujuannya untuk memberi jasa pelayanan pariwisata. Sumber daya manusia memiliki pengaruh besar terhadap proses

pengembangan pariwisata karena mereka merupakan penyedia sarana dan prasarana bagi obyek wisatanya sendiri.

#### **b. Faktor Eksternal**

Dalam menentukan strategi tidak bisa hanya melihat dari faktor internal saja, namun juga harus melihat dari faktor eksternal dari sebuah organisasi tersebut. Identifikasi eksternal nantinya dapat digunakan oleh Pemerintah Daerah untuk lebih mengembangkan strateginya. Faktor eksternal yang di dalamnya adalah peluang dan ancaman penting adanya bagi sebuah organisasi, karena jika suatu organisasi mengetahui apa saja peluang dan ancaman yang terjadi diluar organisasinya maka strategi yang nantinya akan dibuat di harapkan dapat digunakan secara optimal. Berikut adalah peluang yang dapat digunakan dalam pengembangan pariwisata : 1) Jumlah pengunjung meningkat, 2) Pengembangan produk pariwisata baru, 3) pertumbuhan ekonomi meningkat. Selain peluang terdapat pula ancaman yang dapat menghambat pengembangan pariwisata, ancaman tersebut adalah : 1) Persaingan yang relatif ketat antar desa dalam penawaran produk pariwisata, 2) Rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal, 3) kesenjangan ekonomi.

*The Sunrise of Java*, kabupaten yang dijuluki kota pariwisata yang terletak di ujung timur pulau jawa. Sebut saja kabupaten Banyuwangi, kabupaten yang memiliki banyak destinasi pariwisata berupa pantai, hutan, daerah konservasi, dan pegunungan serta 77 festival setiap tahunnya mampu

membawa nama Banyuwangi menuju kancah nasional dan internasional. Berdasarkan hal tersebut akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke Banyuwangi karena pemerintah daerah mampu membawa nama baik Banyuwangi menuju kancah nasional dan internasional sebagai Kota yang berpotensi pariwisatanya.

Selain itu peluang lainnya adalah pengembangan produk pariwisata baru juga menjadi salah satu peluang dalam faktor eksternal karena didukung oleh terbitnya Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata. Berdasarkan isi dari perda tersebut, bahwa Desa yang mempunyai potensi pariwisata, masyarakat berwenang untuk berpartisipasi dalam mengembangkan pariwisata di daerahnya tersebut, dengan tujuan untuk mempercepat pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut mendorong peningkatan konsumsi pada jual-beli barang dan jasa terutama di sektor pariwisata. Peluang pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya di sekitar obyek wisata akan mengalami peningkatan jika dilihat dari kunjungan wisata domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Banyuwangi.

Selain peluang-peluang yang ada terdapat pula kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh pemerintah daerah. Jumlah pelaku industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi sangat banyak dari berbagai desa yang berpotensi mencapai puluhan pelaku industri pariwisata, tidak dipungkiri dengan banyaknya pelaku industri pariwisata pada sektor sejenis membuat adanya



persaingan yang ketat antar pelaku industri pariwisata. Hal ini bisa memberikan dampak yang baik karena antar pelaku industri pariwisata berlomba-lomba untuk mengembangkan produk pariwisata yang terbaik kepada wisatawan, namun juga dapat berdampak buruk karena akan terjadi persaingan yang sangat ketat. Hal tersebut dijadikan ancaman karena dalam persaingan terkadang ada yang bersaing dengan tidak sehat, alhasil menciptakan kecurangan-kecurangan dalam persaingan. Fenomena tersebut tidak dapat dihindari karena bersaing adalah hal yang lumrah dalam berbisnis.

Selain itu peluang lainnya adalah rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal, generasi muda yang ada di Banyuwangi tidak semuanya menjadi pelaku dalam mengembangkan budaya lokal, hanya sebagai penonton dan tidak ada yang berkeinginan menjadi pelaku untuk melestarikan budaya, cuman beberapa saja. Hal tersebut yang menjadi ancaman karena ditakutkan minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal masih rendah. *The Sunrise of Java*, kabupaten yang dijuluki kota pariwisata yang terletak di ujung timur pulau Jawa. Sebut saja kabupaten Banyuwangi, kabupaten yang memiliki banyak destinasi pariwisata berupa pantai, hutan, daerah konservasi, dan pegunungan. Hal tersebut tidak semua daerah di Banyuwangi berpotensi di sektor pariwisata, karena sebagian warga Banyuwangi mayoritas berpotensi di sektor pertanian. Berdasarkan hal tersebut pemerintah daerah harus memikirkan wilayah yang tidak berpotensi

pariwisata untuk mengantisipasi kesenjangan ekonomi masyarakat Kabupaten Banyuwangi.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, maka untuk merumuskan Strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil, diantaranya adalah :

1. Strategi Pemerintah Daerah dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi merupakan pengembangan produk pariwisata yang dilakukan pemerintah daerah salah satunya melestarikan budaya atau kearifan lokal melalui Banyuwangi Festival, mengembangkan wisata unggulan sebagai prioritas pemerintah daerah dalam upaya mengembangkan objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Selanjutnya strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah melalui event-event Banyuwangi Festival dan media, seperti media cetak, media sosial, media elektronik. Setelah itu strategi pemanfaatan ruang untuk pariwisata Banyuwangi setiap tahun minimal harus ada 3 (tiga) tempat wisata baru, tempat wisata tersebut bisa milik warga, milik desa dan kerjasama antara pemerintah desa dengan perhutani. Dan yang terakhir pengembangan sumber daya manusia pemerintah daerah melakukan pengembangan pariwisata dengan berbasis partisipasi masyarakat, semua potensi warga dikerahkan untuk diberikan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah daerah.

2. Peran *Stakeholder* dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi antara lain: Peran pemerintah daerah, langkah awal yang dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata adalah menjadikan pariwisata produk unggulan, pemerintah daerah tidak hanya menjadi pelayan publik, tetapi juga bersama-sama pemangku kepentingan yang lain ikut serta dalam mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi; Peran sektor swasta sangat berpengaruh untuk menerapkan 3A (Atraksi, Akses, dan Amenitas) dalam pengembangan pariwisata di Banyuwangi; Peran masyarakat, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi selalu mengikut sertakan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata, karena banyak festival berbasis adat lahir dari masyarakat Banyuwangi.
3. Dalam penyusunan strategi oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dalam pengembangan pariwisata telah di temukan kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal serta peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal. Pada faktor internal kekuatan yang dimiliki Pemerintah Daerah adalah : peran pemerintah daerah dalam pengembangan produk pariwisata, keinginan pemerintah daerah menjadikan Banyuwangi sebagai kota pariwisata, kualitas sumberdaya yang memadai. Selain itu, ditemukan pula beberapa kelemahan yang harus diperbaiki oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi agar dapat mengembangkan pariwisata, yaitu : kurangnya fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata, kurangnya tenaga ahli berbahasa asing. Sedangkan

peluang yang dimiliki oleh pemerintah daerah adalah : jumlah pengunjung meningkat, pengembangan produk pariwisata baru, pertumbuhan ekonomi masyarakat meningkat. Sedangkan ancaman harus diminimalisir oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi adalah persaingan yang relative ketat antar desa dalam penawaran produk pariwisata, rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan budaya lokal, kesenjangan ekonomi. Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal yang ada di Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi maka dapat disusun matriks analisis SWOT yang menghasilkan beberapa alternative pada tahun berikutnya, yaitu : mengoptimalkan peran pemerintah daerah serta SDM untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata demi terwujudnya pertumbuhan ekonomi masyarakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata dan jumlah tenaga ahli berbahasa asing, menerbitkan regulasi untuk mengatur persaingan antar desa dalam penawaran produk wisata dan mencegah kesenjangan ekonomi, meningkatkan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan meningkatkan partisipasi masyarakat sebagai pelaku pariwisata.

## **B. Saran**

1. Meningkatkan pengadaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan akses jalan menuju tempat wisata di Banyuwangi, karena banyaknya akses menuju tempat wisata desa jalannya rusak.

2. Perlu melakukan pembinaan kepada masyarakat daerah pariwisata dalam mengembangkan industri kreatif.
3. Perlu dibuat regulasi dalam membangun kebudayaan masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya, yang digerakkan langsung oleh

POKDARWIS



**DAFTAR PUSTAKA**

- Adisasmita, Rahardjo. 2006. *Pembangunan Kelautan dan Kewilayahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suhartini. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damanik J dan Weber HF. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Andi.
- Fred, David. 2009. *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hadiwijoyo, SS. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Pusat Pelajar.
- Jatmiko, Rahmad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Edisi Pertama. Malang: UMM Press.
- Kerr, William Revill. 2003. *Tourism Public Policy, and the Strategic Management of Failure*. London: Pergamon.
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi dan Pembangunan Daerah*. Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. and Saldana, J. 2014. *Qualitative data Analysis : A Sourcebook of New Methods. Third Edition*. California : SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy. J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muluk, M.R Khairul. 2009. *Peta Konsep Desentralisasi dan Pemerintahan Daerah*. Surabaya: ITS Press.
- Pearce, John A. dan Robinson Richard B. Jr. 2008. *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Toko Agung.



- Pitana, I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT : “Teknik Membedah Kasus Bisnis” Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang P. 2005. *Administrasi Pembangunan: Konsep, Dimensi, dan Strateginya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Suryono, Agus. 2010. *Dimensi Prisma Teori Pembangunan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Suvena, I Ketut. 2010. *Format Pariwisata Masa Depan: dalam Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pusaran Krisis Global*. Denpasar : Penerbit Udayana University Press.
- Tangkilisan, Hesel Nogi. 2003. *Implementasi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Lukman Offset YPAPI.
- Varesci, Gabor. 2001. *Guiding Principles for Local Authorities in Planning for Sustainable Tourism Development*. National Seminar on Sustainable Tourism Development, Jakarta.
- Wahab, Salah. 1997. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Manajemen Pariwisata*. Jakarta: PT Pradya Paramita.
- Yoeti, Oka, A. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: PT. Angkasa.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.

#### **Peraturan Hukum :**

- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 18 Ayat (5) tentang Pemerintah Daerah.

Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Provinsi Jawa Timur.

Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah.

### **Jurnal:**

Arismayanti, Ni Ketut. 2010. *Arah Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Bali : Dalam "Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global"*. Denpasar : Penerbit Udayana University Pres.

Badan Pusat Statistik Indonesia. 2012. *Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia*. Publikasi Badan Pusat Statistik Jakarta-Indonesia.

Dayansyah, Rahmat. 2014. *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Tangerang*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia, Depok.

Ewing, Michael T. dan Caruana, A. 2000. *Marketing Within the public sector. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol 8 (1) by The Haworth Press, Inc. All rights reserved.

Eqbar, Khoirul. 2017. *Analisis Pengembangan Pariwisata Dengan Pendekatan Rencana Strategi Untuk Peningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.

Kementerian Pariwisata. 2015. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015*. Jakarta-Indonesia.

Nandi. 2016. *Pariwisata dan Pengembangan Sumberdaya Manusia*. Diunduh tanggal 06 Maret 2016 jam 15:45 dari [ejournal.upi.edu/index.php/gea/article/download/1689/1140](http://ejournal.upi.edu/index.php/gea/article/download/1689/1140).

Rencana Jangka Menengah Daerah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2016-2021.

Soebagyo. 2012. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia*. Jurnal Liquidity Vo. 1, No. 2 Hal 153-158. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila.

- Untari, Rini. 2009. *Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Zona Wisata Bogor Barat Kabupaten Bogor*. Tesis Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.
- Yonieffadli, Y.R. 2017. *Upaya Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Pantai Boom Tuban*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.

**Website :**

- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2017. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Diakses pada tanggal 5 November 2017 melalui <https://jatim.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2017. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara*. Diakses pada tanggal 5 November 2017 melalui <https://www.bps.go.id/>
- Guntoro, Heru. 2017. *Kunjungan Wisata Ke Banyuwangi Terus Tren Positif*. Diposting pada tahun 2017. Diakses pada 9 November 2017 melalui <https://infonawacita.com/kunjungan-wisatawan-ke-banyuwangi-terus-tunjukkan-tren-positif/>
- Kementerian Dalam Negeri. 2014. *Indonesia Peringkat 70 Daya saing Pariwisata Global*. Di akses pada 11 November 2017 melalui <http://www.kemendagri.go.id/news/2014/02/11/indonesia-peringkat-70-daya-saing-pariwisata-global>
- Shofwan, Muhammad Syauqi. 2015. *Jalan Terjal Menuju Target 20 Juta Wisatawan Mancanegara*. Diakses pada 12 November 2017 pukul 12:54 dari <http://bem.feb.ugm.ac.id/jalan-terjal-menuju-target-20-juta-wisatawan-mancanegara/>
- Website Portal Republik Indonesia. *Potensi Pariwisata Indonesia*. Diposting pada 2010. Diakses pada 11 November 2017 melalui <http://www.indonesia.go.id/en/potential/tourism>

Website Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. *Banyuwangi Dorong Pengembangan Ekonomi Berbasis Pariwisata*. Diposting pada 14 Oktober 2014 diakses pada 12 November 2017 melalui <https://www.banyuwangikab.go.id/berita-daerah/banyuwangi-dorong-pengembangan-ekonomi-berbasis-pariwisata.html>

Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Diakses pada 12 November 2017 melalui [www.banyuwangitourism.com](http://www.banyuwangitourism.com)

<https://lifestyle.sindonews.com/read/1079165/156/4-strategi-wisata-kabupaten-banyuwangi-1453390882> (diakses pada 12 November 2017).

<https://infonawacita.com/kunjungan-wisatawan-ke-banyuwangi-terus-tunjukkan-tren-positif/> (diakses pada 12 November 2017).

<http://penelitianpariwisata.com/banyuwangi-petakan-segmen-pasar-pariwisata/> (diakses pada 12 November 2017).



## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1.

## Surat Izin Riset Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuwangi



**PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
 Jalan KH.Agus Salim No 109 Telp.0333 – 425119  
 B A N Y U W A N G I 68425

Nomor	: 072/ <del>076</del> /REKOM/429.206/2018	Banyuwangi, 31 Januari 2018
Sifat	: Biasa	Kepada .
Lampiran	: -	Yth. Kepala Dinas Kebudayaan dan
Perihal	: Rekomendasi Penelitian	Pariwisata Kab. Banyuwangi
		di

## BANYUWANGI

Menunjuk Surat	: Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang
Tanggal	: 22 Januari 2018
Nomor	: 693/UN10.F03.11.11/PN/2018
Maka dengan ini memberikan Rekomendasi kepada	
Nama	: Muhamad Bagus Wibowo
NIM	: 145030101111018
Bermaksud melaksanakan Penelitian :	
Judul	: Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi)
Tempat	: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi
Waktu	: 01 Februari s.d. 31 Maret 2018

Sehubungan dengan hal tersebut apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan yang berlaku di Instansi Saudara, dimohon saudara untuk memberikan bantuan berupa tempat,data/keterangan yang diperlukan dengan ketentuan :

1. Peserta wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku didaerah setempat.
2. Peserta wajib menjaga situasi dan kondisi selalu kondusif.
3. Melaporkan hasil dan sejenisnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuwangi.

Demikian untuk menjadi maklum.

An. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK  
 KABUPATEN BANYUWANGI

Kabid Bina Ideologi,Pembauran dan Wawasan  
 Masyarakat



**Dr. TRI WIDODO, M.Si**

Pembina Tingkat I

NIP. 19601014 199103 1 007

**Tembusan :**

Yth. Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik  
 Universitas Brawijaya Malang



**Lampiran 2.**  
**Dokumentasi Penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**  
**Kabupaten Banyuwangi**







### Lampiran 3.

#### Interview Guide Penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

No.	Fokus	Pertanyaan	Informan	Data Sekunder	Keterangan
A. Strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi					
1.	Strategi pengembangan produk pariwisata	1. Apa saja strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan produk pariwisata ? 2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan produk pariwisata ? 3. Apakah yang menjadi perbandingan strategi pemerintah daerah terdahulu dengan pemerintah daerah sekarang dalam mengembangkan produk pariwisata ?	1. Pak Sonny 2. Pak Darmanto	1. Peta Wisata Segitiga Berlian 2. RIPDA	
2.	Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi	4. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan pasar pariwisata? 5. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan promosi pariwisata ?	1. Pak Marhen 2. Pak Alimi	h. Majalah Pemasaran Pariwisata i. Brosur Jadwal Banyuwangi Festival Tahun 2018	
3.	Strategi pemanfaatan ruang untuk pariwisata	6. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam memanfaatkan ruang untuk pariwisata ?	1. Pak Sonny 2. Pak Darmanto	1. Perda Kabupaten Banyuwangi No. 1 Tahun 2017 Tentang Desa Wisata	

No.	Fokus	Pertanyaan	Informan	Data Sekunder	Keterangan
4.	Strategi pengembangan sumber daya manusia	7. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan SDM pada aspek kemampuan berbahasa asing dikalangan <i>stakeholder</i> yang bergerak dibidang pariwisata ? 8. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan SDM yang berkaitan dengan kesiapan masyarakat sebagai tuan rumah pariwisata ? 9. Bagaimana strategi pemerintah daerah dalam mengembangkan SDM pada aspek kemampuan teknis di bidang manajemen kepariwisataan ?	1. Pak Sonny 2. Pak Darmanto	1. RPJMD Kabupaten Banyuwangi 2016-2021	
<b>B. Peran <i>stake holder</i> dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi</b>					
1.	Peran Pemerintah Daerah	10. Apa saja peran pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata ?	1. Pak Bramuda 2. Pak Sonny	1. Perda No. 13 Tahun 2012 tentang RIPK Kabupaten Banyuwangi	
2.	Peran sektor swasta	11. Apa peran sektor swasta dalam pengembangan pariwisata ?	1. Pak Bramuda		
3.	Peran masyarakat	12. Apa peran dan inisiatif masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pengembangan kepariwisataan ? 13. Bagaimana keterlibatan atau partisipasi	1. Pak Bramuda 2. Pak Darmanto	1. Perda Kabupaten Banyuwangi No. 1 Tahun 2017 Tentang Desa Wisata	

No.	Fokus	Pertanyaan	Informan	Data Sekunder	Keterangan
		masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan ? 14. Apakah ada nilai manfaat positif pembangunan kepariwisataan bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat ?			
C. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata					
1.	Faktor Pendukung	15. Apa saja faktor internal dalam pengembangan pariwisata ?	1. Pak Bramuda		
2.	Faktor Penghambat	16. Apa saja faktor eksternal dalam pengembangan pariwisata ?	1. Pak Bramuda		